



Universitetet i Bergen

Institutt for lingvistiske, litterære og estetiske studier

DIKULT 350

Mastergradsoppgave i digital kultur

Å dele eller ikke dele

- En studie av ungdoms forhold til deling på Facebook

Sissel Knutsdatter Lenvik

Studentnummer: 182237

Høst 2011

Forord

Denne masteroppgaven handler om den sosiale nettverkstjenesten Facebook og en gruppe ungdommers holdning til det å dele informasjon på tjenesten. Teksten er basert på kvalitative intervjuer av 10 elever ved en videregående skole og tar sikte på å få en forståelse av deres tankegang og meninger rundt det å dele informasjon på Facebook.

Arbeidet med oppgaven har ikke fulgt en vanlig mastergradsstruktur, da jeg på grunn av omorganisering på faget har måttet dele opp arbeidet i et ekstra semester. Det var både fordeler og ulemper med dette. Jeg fikk begynne arbeidet med oppgaven et semester tidligere enn vanlig, men måtte samtidig som jeg jobbet med oppgaven også være tilstede på andre obligatoriske kurs. Dette medførte en litt oppdelt prosess, der masteroppgaven til tider måtte vike for andre eksamener og innleveringer i andre fag. Likevel kom jeg meg igjennom arbeidet og det er mange som fortjener en stor takk for det.

Først vil jeg takke min supre veileder Hilde Corneliussen som har kommet med mange gode tanker og ideer til oppgaven. Hun har lidd seg igjennom mange forskjellige utkast av kapitler og oppgaven, og har alltid kommet med gode tilbakemeldinger og konstruktiv kritikk. Det har vært en glede å ha henne som veileder.

I tillegg vil jeg rette en takk til andre forelesere på digital kultur som har gjort det mulig for meg å jobbe med problemstillinger eller interessante sider knyttet opp mot masteroppgaven i de obligatoriske fagene jeg tok under skriveprosessen. Disse fagene har vært en inspirasjon og stor hjelp til å finne interessant litteratur og relevant teori som jeg har benyttet meg av i oppgaven.

Jeg vil også takke mine medstudenter på rom 304c, som har bidratt med gode diskusjoner og interessante perspektiver. Spesielt takk til Therese Raa som satt sammen med meg på lesesalen da alle de andre studentene var vekke. Hun var en viktig bidragsyter for at jeg kom meg opp om morgenen og fikk dratt meg bort på lesesalen for å skrive.

Takk til Tormod Dag Fikse som har nilest hele teksten på jakt etter skrivefeil og dårlige formuleringer og som virkelig har bidratt i forhold til oppgaven. I tillegg vil jeg takke mine

foreldre som også har lest igjennom utkast av oppgaven og kommet med gode tilbakemeldinger.

Det er også viktig å takke sjefene mine på It-avdelingen på UiB som lot meg ta en måned med nesten fri fra jobb slik at jeg skulle få tid til å fokusere fullt på oppgaven. Dette ble satt stor pris på og var viktig for at jeg ble ferdig.

Rektoren og lærerne på skolen jeg besøkte fortjener også en takk da de alle var positive til prosjektet og bidro til at jeg enkelt kunne gjennomføre intervjuene. Og sist, men ikke minst vil jeg takke informantene som stilte velvillig opp til intervju og delte sjenerøst av egne erfaringer. Uten dem ville jeg ikke hatt noen oppgave.

Bergen 1. september 2011

Sissel Knutsdatter Lenvik

Innholdsfortegnelse

1. Innledning.....	1
1.1 Facebook er en del av livet mitt	3
1.2 Problemstilling	4
1.3 Hypoteser	7
1.4 Oppgavens oppbygging.....	8
2. Forståelsen av sosiale nettverkstjenester, deling og personvern	11
2.1 Trangen til å dele.....	11
2.2 Sosiale nettverkstjenester	12
2.2.1 Hva er en venn?.....	13
2.3 Sixdegrees.com og forhistorien til sosiale nettverkstjenester	15
2.4 Historien bak fenomenet Facebook.....	16
2.5 Facebook som en sosial nettverkstjeneste	19
2.6 Hva er personvern?.....	21
2.7 Facebook sin personvernhistorie	23
2.8 Utvalg av tidligere forskning om Facebook, deling og personvern	24
2.9 Oppsummering	26
3. Metodiske valg og tankegangen rundt disse	27
3.1 Mitt utgangspunkt	27
3.2 Metodisk tilnærming - valg av kvalitativ versus kvantitativ	27
3.2.1 Valg av kvalitativ metode	28
3.3 Valg av skole og klasse	28
3.3.1 Utvelging	29
3.3.2 Om informantene.....	30
3.4 Intervjuprosessen.....	30
3.4.1 Strategi og utforming	30
3.4.2 Selve intervjuene	31
3.4.3 Hvilken rolle spilte jeg under intervjuet?	32
3.5 Etterarbeid og analyse	33
3.5.1 Analyseprosessen	34
3.5.2 Koding av intervjuene	36
4. Kategorisering av informantene og de store temaene.	38
4.1 De ivrige – innom Facebook flere ganger for dagen.....	38
4.2 De moderate – innom Facebook en gang for dagen.....	41
4.3 De beskjedne – innom Facebook et par ganger i uken.....	42
4.4 Oppsummering	42
4.5 De store temaene	43
5. Hvorfor bruke sosiale nettverkstjenester.....	44
5.1 Holde kontakten med nære og fjerne	45
5.2 Å Være en del av et fellesskap	46
5.3 Tidsfordriv, nysgjerrighet og kommunikasjon.....	48
5.3.1 Tidsfordriv.....	48
5.3.2 Nysgjerrighet	49
5.3.3 Kommunikasjon	50
5.4 Innom daglig	51
5.5 Ser på bilder	52
5.6 Negative sider ved Facebook	54
5.6 Oppsummering	55
6. Hvorfor dele informasjon med andre?	56

6.1 Hva blir delt.....	57
6.2 Selvutlevering.....	57
6.3 Hvorfor dele informasjon?	59
6.3.1 Deler for å vise det til andre	59
6.3.3 Identitetskonstruksjon	60
6.3.3 Ønske om oppmerksomhet.....	62
6.4 Sosial aksept og gjennomtenkt deling.....	63
6.5 Enkelt å dele	65
6.6 Oppsummering	66
7. Bruk av personverninnstillingene	67
7.1 Alle bør ha tilgang.....	69
7.2 Hvorfor endre personverninnstillingene?.....	72
7.3 Vanskelige innstillinger og minste motstands vei.....	73
7.4 Media og personvernsdiskusjoner	74
7.5 Falsk informasjon	76
7.6 Privat eller offentlig sted	77
7.7 Oppsummering	78
8. Hvem deler vi til?.....	80
8.1 Deler til de vi kjenner best	80
8.2 Flate relasjoner og vennekriterier	82
8.2.1 Vanskelig å si nei	83
8.2.2 Foreldre som venn	86
8.3 Oppsummering	87
9. Konklusjon	88
9.1 Hypotese 1	88
9.2 Hypotese 2.....	89
9.3 Hypotese 3.....	91
9.4 Hypotese 4.....	92
9.5 Oppsummering	93
10. Videre arbeid	95
11. Sammendrag – Abstract	96
12. Vedlegg	97
12.1 Intervjuguide	97
12.2 Informasjonsskriv til informantene	100
13. Referanser.....	102

Figurliste

Figur 1 Facebook-brukere globalt i verden (Synlighet 2010).....	17
Figur 2 Facebook-brukere i Norge (Synlighet 2010).....	18
Figur 3 Siden som ble presentert for brukerne i desember 2009 (Facebook 2011)	67
Figur 4 Kontrollsiden til personverninnstillingene (Facebook 2011)	68
Figur 5 Plassering av søkeinnstillinger (Facebook 2011)	70
Figur 6 En profil som ikke har forandret på søkeinnstillingene (Facebook 2011)	71

1. Innledning

Lørdag 12. februar gikk kenyanskfødte Stella Mwangi av med seieren i den norske finalen i Melodi Grand Prix. Rita Ormbostad, daværende varaordfører i Aure i Møre og Romsdal la ut en melding på sin profil på den sosiale nettverkstjenesten Facebook; ”Gi mæ sama, isbjørna å moskusa! Æ syns d e d vi ska sæll, å itj at vi har åpne asylmottak!!!!” (Birkelund 2011). Meldingen ble plukket opp av lokalavisen Tidenes Krav, som lagde en sak om hendelsen. Saken spredte seg deretter til de riksdekkende avisene og skandalen var et faktum. Varaordføreren gikk dagen etter ut i media og beklaget kommentaren på Facebook og håpet at Mwangi ikke tok det personlig (Øgar 2011). I etterkant av hendelsen avholdt Ormbostads parti, Høyre, en planlagt nominasjonsrunde hvor Ormbostad ble vraket som varaordfører (Jørstad og Bjørn 2011).

Samme uke som varaordføreren i Aure ble kjent for hele Norge, opplevde en lektor ved Universitetet i Bergen å få sin statusoppdatering på forsiden til bt.no: ”Blir provosert av studentinnleveringer som er så dårlige at ingenting tilsier at vedkommende faktisk studerer det de skriver om” (Andersen, Skrunes og Martinussen 2011). Etter å ha lest studenters eksamensbesvarelser delte lektoren sine opplevelser med vennene på Facebook. Begge sakene fikk stor medieoppmerksomhet og det ble også en påfølgende debatt i media i etterkant av oppslagene. Redaktør i BT, Hilde Sandvik, argumenterte for at folk må lære seg at på Facebook er en ikke lenger bare seg selv, men også en representant for sin arbeidsgiver. Jill Walker Rettberg, førsteamanuensis ved Universitetet i Bergen, skrev som tilsvarende at det er hårreisende at aviser forsyner seg grovt av Facebook-statuser fra lukkede profiler, som hun mener er private (Rettberg 2011). I kommentarfeltet under artikkelen hennes får Rettberg både støtte og kritikk, mens debatten i hovedsak går ut på hvorvidt en kan kalle Facebook for et privat eller offentlig rom. I Danmark har det blitt lagt ned et lovverk med retningslinjer for sitering fra Facebook-profiler, der en må hente tillatelse fra profiler som er lukket, mens åpne profiler er fritt vilt (Elkjær 2010). Pressens Faglige Utvalg (PFU) i Norge har måtte ta stilling til klager som er kommet angående sitering fra Facebook-profiler. I august 2010 valgte de å ikke straffe avisen iTromsø for å ha publisert et sitat fra en profilert teologistudent, hvor hovedgrunnen til avslaget var at teologistudenten hadde over 2500 venner på Facebook (PFU 2010). PFU kom frem til at selv om personer har rett på et digitalt privatliv, er det begrenset hvor lukket et slikt forum er når en har over 2500 ”venner” som kan se innholdet.

Når en ser på disse hendelsene er det ikke rart at mange oppfatter Facebook som en del av dagliglivet og mediebildet i dag. Men selv om selve debatten som kom i etterkant av oppslagene er interessante og underbygger påstanden om at Facebook er blitt en del av hverdagen, så er det ikke den delen som interesserer meg mest. Grunnen til at jeg nevner disse hendelsene er at de illustrerer hvordan brukerne av Facebook deler informasjon, ofte uten å tenke over konsekvensene av delingen. Lektoren hos UiB forsvarte seg med at profilen hennes var lukket og at det hun delte var av privat karakter: ”Jeg har hele tiden de strengeste innstillingene og har av prinsipp ingen studenter som venner. Over halvparten av dem jeg er venner med, er andre kolleger. De skjønner frustrasjonen” (Andersen, Skrunes og Martinussen 2011). Men hvor privat kan vi egentlig kalle et sted hvor, i lektorens tilfelle, en publiserer informasjon som over 400 personer kan se? Det kan tenkes at både lektoren og varaordføreren ikke var bevisst nøyaktig hvor mange som kunne se kommentarene de publiserte. Lektoren forklarte at halvparten av vennene på Facebook var kollegaer som forstod frustrasjonen, men hva med den andre halvparten? Varaordføreren argumenterte for at kommentaren hennes var en spøk mellom henne og noen venner (Birkelund 2011), men det betyr ikke nødvendigvis at resten av kontaktene hennes på Facebook forstod at dette var en spøk. Nøyaktig hva som var tankeprosessen bak publiseringene kan jeg si lite om, men det er likevel mulig å fastslå at noe de delte på Facebook skapte store problemer for begge to.

Debatten har rast om Facebook i media i 2011, og delingstemaet er stadig mer aktuelt. Derfor vil jeg i denne oppgaven prøve å finne ut hvilke tanker ungdom har om å dele informasjon på Facebook, hvorfor de deler, hva de deler og eventuelt om de beskytter det de deler. Jeg har valgt å undersøke Facebook spesielt på grunn av dens popularitet i Norge, hvor over halvparten av befolkningen har en konto (Synlighet 2010). Også andre sosiale nettverkstjenester (som jeg vil gå igjennom senere) finnes i Norge, men ingen av dem er i nærheten av Facebook når det kommer til antall brukere. På grunn av sin størrelse er Facebook et yndet tema i media, og den har for mange blitt en naturlig del av hverdagen, slik vi også vil se blant ungdommene i denne studien. På grunn av dette er det viktig å få vite mer om hvordan brukere, i dette tilfellet norsk ungdom, forholder seg til Facebook.

Mark Zuckerberg, skaperen av Facebook, forklarte på en konferanse hvordan han mente hverdagen hadde forandret seg i forhold til deling:

And then in the last 5 or 6 years, blogging has taken off in a huge way and all these different services that have people sharing all this information. People have really

gotten comfortable not only sharing more information and different kinds, but more openly and with more people. That social norm is just something that has evolved over time (Kirkpatrick 2010).

Han mener at folk nå har blitt mer komfortable med å dele mye informasjon med mange personer, noe som ikke er et overraskende standpunkt med tanke på at han er eier av et nettsted som lever av brukernes informasjonsdeling. Men har han rett? Er folk blitt mer komfortable med å dele? Er det slik at brukere ikke er klar over hva de deler av informasjon? Eller følger de simpelthen en norm om å dele, selv om de ikke er komfortabel med den? De eksemplene jeg nevnte tidligere i oppgaven kan tyde på at ikke alle nødvendigvis er bevisst hva det innebærer å dele informasjon på Facebook med mange mennesker. Er det et problem at folk ikke er bevisst hvordan deling på Facebook fungerer, og hvem som har tilgang til det de deler?

1.1 Facebook er en del av livet mitt

"I attack sharks when I smell them bleed", "Jeg digger deg", "Hva skal 10 E ha i morgen????", "Synes det er utrolig frustrerende når nettbanken ikke funker... Har en del regninger som MÅ betales .. :/"

Dette er et par tilfeldige statusoppdateringer hentet fra mine venners statusoppdateringer på Facebook. Ved første øyekast virker ikke disse kommentarene særlig interessante og i alle fall ikke som noe jeg vanligvis ville brukt mye tid på. Likevel bruker jeg og mine venner ufattelig mye tid på Facebook, så mye at jeg i stor grad vil kalle Facebook for en del av livet mitt. Er ikke det litt rart?

Jeg har alltid vært en teknologiinteressert person og har siden jeg var liten interessert meg for data og Internett. I 2007 fikk jeg beskjed av en venninne at jeg var nødt til å prøve ut det nye store; Facebook. Jeg ble forklart at jeg kunne gå inn på andre sine profiler og se på bilder og holde meg oppdatert om hva som skjedde rundt meg. Jeg var skeptisk, men tilslutt opprettet jeg en konto og jeg ble hektet. Og jeg innrømmer; jeg er det fremdeles.

Facebook har blitt en del av hverdagslivet mitt nå. Jeg er innom hver dag og samtaler kan fort dreie seg rundt noe jeg så eller skrev på Facebook. Facebook hjelper meg å holde rede på

bursdager, hvilke arrangement jeg skal på og har gitt meg muligheten til å holde kontakt med kjente jeg vanligvis ikke snakker med.

Likevel er det en del sider ved Facebook som gjør at forskere finner denne nettverkstjenesten så interessant. Hvordan Facebook behandler personlig informasjon har siden oppstarten for 7 år siden vært stor gjenstand for debatt (Acquisti og Gross 2006), men noe som er like viktig er hvordan brukerne selv behandler denne informasjonen og hvorfor de deler så mye som de gjør.

1.2 Problemstilling

I denne oppgaven vil hovedfokuset ligge på hvordan brukerne av Facebook benytter seg av systemet, hvorfor de deler informasjon og eventuelle tanker rundt beskyttelse av egen informasjon. Dette er knyttet opp mot hvordan Facebook behandler personlig informasjon, men i denne oppgaven er det lagt større vekt på selve brukerne. Det overordnede temaet er hvor bevisste Facebook-brukerne er om det de deler, og for å finne ut av dette er det flere temaer jeg må innom. Jeg må finne ut hva som er brukernes motivasjon for å bruke et nettsted som Facebook, fordi det er stor sannsynlighet for at motivasjonen for å bruke nettstedet er direkte knyttet opp mot hvorfor de deler informasjon. I tillegg må jeg finne ut hvilken tankeprosess som ligger bak delingen av informasjonen, da det er interessant å vite hvorvidt delingen er gjennomtenkt eller mer tilfeldig. Det er også viktig å vite hvorvidt brukerne beskytter informasjonen sin og om de bruker personverninnstillingene. I tillegg er det aktuelt å gå innom hvem brukerne knytter til seg på nettstedet – hvem de blir venner med – fordi dette har stor innvirkning på hvem informasjonen blir delt med.

På grunn av Facebooks popularitet i den vestlige verden har tjenesten vært et dagsaktuelt forskningsobjekt. Det har blitt fremhevet at motivet for å bruke Facebook er å holde kontakt med venner, og ellers å holde seg oppdatert (Pempek, Yermolayeva og Calvert 2009). Undersøkelser av hvorvidt brukerne av Facebook benytter seg av nettsiden for å finne nye bekjentskap eller vedlikeholde gamle, har vist at brukerne i liten grad benytter Facebook til å få nye venner (Lampe, Ellison og Steinfield 2006). I tillegg viser forskning at Facebook hjelper brukerne med å opprettholde sosial kapital – verdien av tilknytningene mellom mennesker i sosiale nettverk (Ellison, Steinfield og Lampe 2007), og at hyppig bruk av Facebook er direkte knyttet mot høyere sosial kapital og lavere følelse av ensomhet (Burke, Marlow og Lento 2010). Facebook blir brukt som et verktøy for å styre sitt eget rykte

(Madden og Smith 2010), og det viser seg at Facebook-brukerne som regel fremstiller seg selv i tråd med hvordan de er til vanlig, bare i en mer vellykket utgave (Zhao, Grasmuck og Martin 2008). Dette står i motsetning til andre sosiale nettverk der brukerne ofte kan fremstille seg selv som andre personer (for eksempel MySpace eller match.com). Tidligere studier av personvern har vist at selv om brukerne på Facebook er opptatt av å beskytte privatlivet sitt er det et mindretall som gjør aktive grep for å sikre personlig informasjon (Gross og Acquisti 2005). Ønsket om at andre skal kunne finne og gjenkjenne dem på Facebook er sterkere enn ønsket om å beskytte sin egen informasjon. De fleste bruker et bilde av seg selv som profilbilde for å gjøre det lettere for andre brukere å finne dem (Young og Quan-Haase 2009). I tillegg har det vist seg at antall venner på Facebook anses som viktig, og blir brukt som en slags popularitetsmåler (Skog 2008).

Selv om det har blitt forsket en del på Facebook opp gjennom årene, er det likevel interessant å fortsette forskningen. Hvor gyldig er egentlig en artikkel publisert 2005, hvor dataene kanskje er innhentet i 2004, i dag? Er de samme tendensene fremdeles gjeldende nå, som da? Facebook forandrer og oppdaterer seg hele tiden, og sammen med dette forandrer bruken og brukermassen seg. I tillegg er det behov for å vite hvorvidt trender i USA (hvor mange av undersøkelsene er utført) også er gjeldende for Norge. Derfor er det viktig at en hele tiden har oppdatert og tidsriktig forskning på et fenomen som Facebook og at en er villig til å stille spørsmål ved bruken av nettstedet.

Da jeg satte i gang med arbeidet med denne oppgaven var det mange spørsmål jeg stilte meg selv, og som var avgjørende for hvordan arbeidet og oppgaven ble. Eksempler på noen av spørsmålene jeg stilte meg var: Hvorfor bruker informantene Facebook? Hvorfor begynte de å bruke Facebook? Er Facebook viktig for dem? Hva bruker de Facebook til? Hva deler de og er det noe de ikke deler? Det er også viktig å se på at Facebook gjør det mulig for brukere å legge ut informasjon om andre. Blir det opplevd som et problem at andre kan bidra med informasjonen på profilen til en bruker?

Tenker brukerne gjennom hvem som kan lese og se det som blir lagt ut? Er informasjonen som blir publisert på nettstedet er ment for alle en har på vennelisten? Eller er mentaliteten i stor grad preget av at informasjon som blir delt ikke er ment for alle som kan se den, slik Clay Shirky (2008) beskriver at det er med den store mengden brukergenerert innhold på nettet.

Facebook-utviklerne har i flere omganger introdusert store endringer i systemet for personverninnstillinger, og hvordan forholder brukerne seg til dette? Blir innstillingene brukt eller blir brukerne forvirret over de stadige forandringene og slik at de unngår å benytte seg av innstillingene? Krever det mye av brukerne å sette seg inn i systemet?

Facebook kan, kanskje noe overraskende, ha ganske stor innvirkning på folks liv (eks: varaordføreren i Aure som mistet stillingen). Facebook eksisterer fordi brukerne er villig til å dele informasjon om seg selv. Hvis alle brukerne sluttet å dele informasjon ville nytteverdien til nettstedet bli lik null. Facebooks standardinnstillinger er at brukerne skal dele mest mulig med flest mulig, og derfor er det også spesielt viktig at brukerne er oppmerksomme på problemer med å dele mye med mange. Dette kan være tilfeller hvor andre enn det tiltenkte publikum får tak i informasjon (for eksempel en sjef som leser at en ansatt kjeder seg på jobb), at private bilder blir overført til offentlige fora, at kriminelle finner tomme hus ved hjelp av ”feriestatuser”, eller i verste fall at noen blir utsatt for identitetstyveri. Når applikasjonen selv åpner for at brukerne skal dele så mye som mulig, blir det brukerens ansvar å begrense delingen. Hvorvidt brukerne er bevisst disse problemene, er noe av det jeg vil gå igjennom i denne studien.

Mye av forskningen på Facebook har i stor grad vært gjort med kvantitative metoder, med hovedvekt på spørreundersøkelser, og jeg vil derfor bidra til dette feltet med en kvalitativ undersøkelse som prøver å nå en dypere forståelse av bakgrunnene for de valg brukerne av Facebook tar. Kvantitativ forskning hviler i større grad på matematiske modeller, statistiske tabeller og grafer, mens kvalitativ forskning ofte kan inneholde historiske narrativer, førstepersonsobservasjoner, etnografisk prosa, bilder, livshistorier og biografiske materialer med mer (Denzin og Lincoln 2000:12). Kvalitative forskere prøver i større grad å komme dypere inn i individers synspunkt og verdsetter rike beskrivelser av den sosiale verdenen på en annen måte enn kvantitative forskere (Denzin og Lincoln 2000).

Siden oppstarten av Facebook har majoriteten av brukerne vært unge voksne eller ungdom, og selv om den eldre garde er den gruppen som vokser mest på Facebook, er det likevel unge som dominerer på nettstedet (Synlighet 2010). Fordi en stor del av den tidligere forskningen har fokusert på studenter, som er den største demografiske gruppen på Facebook (Synlighet 2010), har jeg derfor intervjuet 10 elever fra en *videregående skole* og fått et innblikk i deres tankegang og motiver for å bruke den sosiale nettverkstjenesten.

1.3 Hypoteser

Før jeg gikk i gang med intervjuene utarbeidet jeg, på bakgrunn av tidligere forskning og spørsmål jeg stilte meg selv, flere hypoteser som jeg håpet på å få svar på gjennom intervjuene:

H1: Ungdommene bruker Facebook for å føle seg som en del av gjengen og deler informasjon for å få tilbakemeldinger.

I hypotese 1 tar jeg opp hvorfor ungdommene bruker Facebook og hvorfor de deler informasjon på nettsiden. Det å være en del av gjengen er viktig for mange unge (boyd 2008; Chiu, Cheung og Lee 2008), og jeg tror at mange bruker Facebook fordi vennene deres bruker tjenesten. I tillegg tror jeg at ungdommen ønsker å få tilbakemeldinger på det de legger ut, både på bakgrunn av studier som viser at brukere av sosiale nettverkstjenester deler fordi de vil at andre skal se informasjonen (boyd 2008), men også på bakgrunn av egne erfaringer med Facebook-brukere som fremhever antall kommentarer på et bilde eller en statusoppdatering.

H2: Ungdommene benytter seg ikke av personverninnstillingene og synes de er vanskelig å sette opp.

I den andre hypotesen fokuserer jeg på bruk av personverninnstillingene på Facebook og hva som er grunnene til at informantene enten bruker eller ikke bruker innstillingene. Tidligere forskning (Acquisti og Gross 2006) og mange medieoppslag (Bjergli 2007; Bjørnås 2010; Bie 2011) viser at det er mange brukere på Facebook som ikke lukker profilene sine. I tillegg har jeg opplevd selv og fått tilbakemelding fra flere i min omgangskrets om at innstillingene er vanskelig å sette seg inn i. Derfor vil jeg finne ut om mine informanter benytter seg av innstillingene og om de oppleves som vanskelige å finne eller sette seg inn i.

H3: Ungdommene deler mye privat informasjon uten å tenke over hvem de deler informasjonen med.

Hypotese tre tar for seg hvorvidt informantene er bevisste hva de deler og hvem de deler dette med. Tidligere forskning viser at det brukergenererte innholdet på nett i stor grad er samtalepreget (Shirky 2008), og ofte ikke ment for hele publikummet som kan se det (Shirky

2008; Brake 2007). Eksemplene jeg har kommet med tidligere i oppgaven (UiB-lektoren og varaordføreren) tilsier at en viss andel av Facebook-brukere kanskje ikke er klar over nøyaktig hva de deler og hvem de deler det med, og jeg vil derfor finne ut om dette også gjelder mine informanter.

H4: Det er viktig å ha mange venner på nettverkstjenesten og listen for å legge til noen som venn ligger lavt.

Til slutt fokuserer jeg i siste hypotese på hvor mange kontakter informantene har på Facebook. Både forskning (Skog 2008) og egne observasjoner tilsier at vennelisten er viktig for mange brukere og at det er status å ha et høyt antall venner. Selv om informantene har lukket profilene sine for andre enn ”venner” kan informasjonen ofte være tilgjengelig for et stort antall mennesker. Derfor er det viktig å finne ut om brukerne er kritiske til hvem de legger til som ”venn” på tjenesten, eller om alle venneforespørsler blir godtatt uten å tenke igjennom valget.

For å oppsummere vil denne oppgaven i stor grad dreie seg om hvordan informantene bruker Facebook, og hvordan de forholder seg til å dele informasjon på nettsiden. Hypotesene tar for seg de viktigste temaene som er hvorfor ungdommene velger å bruke Facebook og dele informasjon på siden, i tillegg til hvem de deler denne informasjonen med og hvorvidt de beskytter informasjonen de har lagt ut.

1.4 Oppgavens oppbygging

Strukturen på selve oppgaven er lagt opp slik at de første kapitlene gir en gjennomgang av kunnskapsfeltet jeg plasserer min forskning inn i og hjelper leserne med å forstå rammen rundt oppgaven. Det er ikke før i kapittel fire at jeg i stor grad konsentrerer meg om min egen empiri. Selv om hypotesene er sentrale i oppgaven følger ikke kapittelstrukturen selve hypotesene, men er delt inn etter de store temaene som hypotesene faller innunder.

I kapittel to diskuterer jeg hva som kjennetegner en sosial nettverkstjeneste i tillegg til at jeg tar en kjapp gjennomgang av historien til sosiale nettverkstjenester. Jeg prøver å utdype begreper jeg vil bruke underveis i oppgaven. Facebook blir også presentert for å gi leserne et innblikk i systemet.

Kapittel tre er en gjennomgang av metodiske valg og et dypdykk i hvordan intervjuene som denne studien baserer seg på ble gjennomført. Her får leserne innblikk i utvelgelsesprosessen, selve intervjuprosessen, etterarbeid og analysering.

I kapittel fire introduserer jeg de forskjellige informantene og hvilken kategori de er plassert i. Dette har jeg gjort for å gi leserne et innblikk i de forskjellige personene jeg intervjuet, og i håp om at kategoriseringen skal gjøre det lettere for leserne å skille informantene senere i teksten. Kategoriseringen er gjort på bakgrunn av detaljer informantene selv fokuserte på under intervjuene og det bildet jeg satt igjen med etter hvert intervju.

I kapittel fem til åtte er det empiri hentet ut fra selve intervjuene som står sentralt. Kapitlene er delt inn i fire hovedtemaer: Bruk av sosiale nettverkstjenester, hvorfor dele, bruk av personverninnstillinger og tilslutt hvem vi deler til. Rekkefølgen på disse kapitlene kommer av at det først er viktig å finne ut hvorfor informantene bruker Facebook, deretter følger det viktige kapitlet om hvorfor de deler informasjon på tjenesten. Etter dette er sentralt å finne ut hvorvidt de beskytter informasjonen de har lagt ut på tjenesten og tilslutt på bakgrunn av hvordan de beskytter informasjonen finne ut hvem informasjonen blir delt med.

I kapittel fem diskuterer jeg hvorfor informantene bruker Facebook. Jeg prøver å få et innblikk i hvorfor de startet med tjenesten og hvorfor de har fortsatt å bruke den. I denne seksjonen skriver jeg om selve bruken av tjenesten, hva de gjør på når de er pålogget, hvor ofte de er pålogget, hvorfor de logger på og lignende, og ikke hva de legger ut av eventuell informasjon. Det går jeg gjennom i neste kapittel. Jeg bruker i hovedsak teorier fra Boyd, og Pempek, Yermolayeva og Calvert, men sammenligner også med flere andre undersøkelser.

Kapittel seks tar for seg grunnene til at informantene deler informasjon med andre. Her baserer jeg meg på teorier fra Jesper Juul om behovet for tilbakemeldinger og Goffmans teorier om det daglige rollespillet vi lever i. Jeg vil finne ut hvorfor informantene deler informasjon om seg selv, hvor mye de deler og eventuelt hva de ikke deler. Det er også interessant å finne ut hva informantene tenker om hva andre deler av informasjon på tjenesten.

Videre handler kapittel syv om hvorvidt informantene bruker personverninnstillingene på Facebook, og i så fall om hvorfor eller hvorfor ikke. Jeg går også igjennom om informantene

klarer å finne frem til innstillingene eller om de oppleves som vanskelige å bruke. I tillegg ser jeg på om informantene anser Facebook som et privat eller offentlig sted.

Kapittel åtte handler om informantene er bevist hvem de deler informasjon med og om de har spesielle personer i tankene når de deler. Her går jeg igjennom hva informantene anser som en Facebook-venn og hvem de legger til i vennelisten. Er det noen de ikke vil legge til på tjenesten, eventuelt kanskje familiemedlemmer? Jeg ser også på hvor strenge informantene er med å legge til personer, og om denne prosessen kan oppleves som problematisk.

Deretter kommer kapittel ni som går igjennom hypotesene jeg presenterte i kapittel en og konkluderer ut i fra informasjon henter fra de foregående kapitlene. Til slutt kommer kapittel ti hvor jeg beskriver eventuelt videre arbeid med temaet.

2. Forståelsen av sosiale nettverkstjenester, deling og personvern

2.1 Trangen til å dele

Mennesker har alltid hatt en trang til å dele informasjonen med medmennesker, det være seg informasjon om en selv eller informasjon om andre. Mennesker er sosiale vesener og vi forholder oss til andre mennesker til enhver tid (Shirky 2008). Selv om mange til tider søker vekk fra menneskemengder vil likevel de fleste oppleve det å bli puttet i isolat uten noen form for menneskelig kontakt som en av de verste straffene det er mulig å få. En av måtene vi er sosiale på er ved å videreformidle informasjon rett og slett fordi mennesker liker å snakke med andre mennesker (Shirky 2008). Spesielt å dele informasjon om andre har vært veldig fremtredende i menneskets historie. Ryktespredning har vært bakteppe for noen grusomme handlinger begått av menneskeheten opp gjennom årene, for eksempel mot uskyldige kvinner som ble brent på bålet som hekser eller jøder som ble beskyldt for å bruke barneblod i jødiske ritualer. Dette er ekstreme situasjoner, men de kom alle som bakgrunn av at noen følte en trang til å dele informasjon de hadde med andre. Om denne informasjonen var riktig eller ikke var ikke alltid så avgjørende. Deling av informasjon har ikke gått av moten av den grunn. Og selv om ryktespredning fremdeles lever i beste velgående har det blitt et enda større fokus på å dele informasjon om seg selv. Vi husker alle hvordan vi som små fortalte hemmeligheter til venner eller venninner og diskuterte hvem som var den kjekkeste i klassen eller hvem vi var forelsket i. Vi skrev dagbøker og kommenterte i andre venners skoledagbøker eller vennebok. Vi delte villig informasjon om oss selv, slik at denne informasjonen kunne diskuteres og også kanskje gi oss et innblikk i den andre personen sine hemmeligheter. ”Hvis du forteller meg hvem du liker, så skal jeg si hvem jeg liker!”. Det å dele informasjon er med andre ord ikke noe nytt som har oppstått i de senere årene. Vi har lenge før nettet kom sendt ut familienyhetsbrev for å oppdatere andre om hvordan det står til med familien, eller delt utklippete avisartikler med andre fordi de var interessante (Shirky 2008:149). De nye mediene har bare gjort det lettere å dele tanker til et større publikum enn våre aller nærmeste. Først gjorde avisene det mulig å sende inn leserbrev som en fikk på trykk og i senere år har de gitt folk muligheten til å kommentere på artikler de har publisert på nettet. Summetonen i den lokale Bergensavisen har lenge vært et populært sted for folk å ringe inn og komme med små

kommentarer som deretter kommer på trykk i avisen. Det har rett og slett vært en måte for folk å få uttrykt sine tanker til flere enn de ellers ville ha nådd. Da Internett ble allemannseie var det ikke lenger bare gjennom leserbrev og kommentarer på artikler folk fikk muligheten til å bli hørt, mange startet også opp sine egne blogger¹ for å kunne nå ut til et større publikum (Rettberg 2008). Selv om blogging og e-post til en viss grad har dekket en del av behovet, har også et annet fenomen vokst frem som en følge av folks trang til å dele og få informasjon. Fenomenet som har blitt veldig populært er sosiale nettverkstjenester.

2.2 Sosiale nettverkstjenester

Enkelt forklart er en sosial nettverkstjeneste et nettsted hvor individer interagerer, ofte gjennom personlige profiler som i tillegg viser kontaktene til andre (Acquisti og Gross 2006). boyd og Ellison (2008) har definert sosiale nettverkstjenester ut fra noen spesifikke krav. Brukerne må kunne opprette en profil, som er offentlig eller semi-offentlig, og som i tillegg følger en fastlagt eller generell mal bestemt av systemet. Systemet må også legge opp til at brukerne kan se hvem de selv har opprettet kontakt med, og hvem andre brukere har knyttet til seg.

boyd og Ellison (2008) skiller mellom to typer tjenester, der den ene er sosiale nettverkstjenester og den andre er sosiale nettverksbyggingstjenester. Her peker de på at nettverksbyggingstjenestenes mål er at brukerne skal bli kjent med nye mennesker som de ikke har hatt noen tidligere kontakt med. Eksempler på slike sider er dating-nettsider som Match.com eller Møteplassen (moteplassen.no). Nettverkstjenester derimot bygger på at brukerne skal overføre sitt allerede eksisterende nettverk inn i den digitale verdenen. På innloggingssiden til Facebook står det ”Facebook hjelper deg med å holde kontakten og dele opplevelser med menneskene i livet ditt.” Her kan en tydelig lese ut fra teksten at hovedformålet med Facebook er å kommunisere med mennesker en allerede kjenner. Mange sosiale nettverkstjenester blir primært ikke brukt til å oppnå nye vennskap, men til å kommunisere med et allerede eksisterende nettverk (boyd og Ellison 2008). Likevel kan folk som vanligvis ikke ville ha fått kontakt med hverandre bli kjent gjennom nettsiden, fordi de har felles venner og dermed kommer i kontakt. Når to fremmede har felles venner er det ikke unormalt at de på et tidspunkt møtes og blir kjent med hverandre (Haythornthwaite 2005) og

¹ Blogg er en sammensetning av det engelske ordet web og logg og blir ofte brukt som en betegnelse på nettsider som fremstår som en slags dagbok der en eller flere personer forteller om hendelser i livene deres.

dette viser hvordan brukere kan få flere bekjentskap gjennom Facebook, selv om det ikke nødvendigvis er hensikten med tjenesten.

Jenny Sundén (2003) argumenterer for at hvis en person skal eksistere på nett så må de skrive seg selv til live. Selv om Sundéns argumenter stammer fra forskning rundt et spesifikt MOO² gjelder dette også sosiale nettverkstjenester. Enten finnes du på et slikt nettsamfunn eller så gjør du det ikke. Selvfølgelig vil aktivitet variere fra person til person, men for å kunne være delaktig i et nettsamfunn må en person ta seg tid til å registrere og opprette en konto. Nå har også Facebook åpnet for at brukerne kan inkludere sine ufødte barn i profilen deres på tjenesten (Rostad 2011). Det er bare å legge til et nytt familiemedlem og markere dette medlemmet som et barn på vei. Med andre ord så åpner utviklerne for muligheten om at brukerne kan skrive sine barn i live på Facebook før det engang har kommet til verden.

Den konkrete hensikten med sosiale nettverkstjenester vil variere fra tjeneste til tjeneste, men i mange tilfeller kan slike tjenester beskrives som et nettsted som vektlegger kommunikasjon og informasjonsflyt mellom brukerne. Det er mange grunner til at sosiale nettverkstjenester har blitt så populære de siste årene, men forskere har tidligere forklart at det kan være knyttet til ekshibisjonisme og nysgjerrighet. Brukerne ønsker at andre skal se den informasjonen de legger ut (boyd 2008) og i tillegg bruker de tid på å sjekke ut andre sine profiler for å finne ut mer om dem (Lampe, Ellison og Steinfield 2006).

2.2.1 Hva er en venn?

I følge Giddens (1997) var vennskap i det førmoderne samfunnet et begrep som måtte forstås i sammenheng med samfunnet og slektskap, og noe som i stor grad var knyttet opp mot tillit mellom to personer. Det motsatte til venner ble ofte betegnet som fiender. Vennskap var basert på ære, oppriktighet, følelser og personlig lojalitet. Slike vennskap har eksistert i alle kulturer opp gjennom årene. Likevel kom det ved det moderne samfunnets inntog en forandring i begrepet vennskap. ”Det motsatte av ’venn’ er ikke lenger ’fiende’, ikke engang ’fremmed’ – det er snarere ’bekjent’, ’kollega’ eller ’noen jeg ikke kjenner’” (Giddens 1997:88). Likevel ser vi nå en ny trend i sosiale nettverkstjenester der ordet vennskap favner bredere enn tidligere og brukes som et slags paraplybegrep for alle sosiale bånd.

² MOO: En tekstbasert online virtuell verden hvor mange brukere er tilkoblet på samme tid.

Et av de sosiale nettverkstjenestenes formål er å opprette koblinger mellom de forskjellige brukerne. Navnet på denne koblingen er viktig for hvordan den blir oppfattet, og understreker formålet med tjenesten. Når to brukere oppretter en kobling mellom hverandre på Facebook, blir det betegnet som et venneforhold. Alle man har en kobling til på Facebook blir omtalt som venner, enten det er familiemedlemmer, kollegaer, bekjente eller naboer. At alle kontaktene til en bruker på Facebook er personer den brukeren ville kalt venner i andre sammenhenger er tvilsomt. Valget av ordet venner har nok også en betydning for hvordan en oppfatter kontaktene sine på Facebook. Venner høres mye mer personlig ut enn en *følger* eller en *kontakt*, men er egentlig i sin opprinnelige form ekskluderende fordi venn ofte er betegnelsen på en person en har veldig nært bånd til, og ikke nødvendigvis bekjente eller kollegaer. Derfor har utviklerne presisert på nettsiden hva de betegner en venn som, for at begrepet skal favne bredere enn mange mener det egentlig gjør. Mange sosiologer plasserer vennskap i kategorien sterke bånd (mellom mennesker), mens bekjente plasseres i kategorien svake bånd (boyd 2008; Granovetter 1973). Mennesker har som oftest mange flere svake enn sterke bånd (Granovetter 1973). Facebook-skaperne har klart å lage en kobling som høres personlig ut, i tillegg til at den får brukere til å inkludere (og kanskje forsterke) alle de svake båndene i tjenesten. Det har vist seg at svake bånd er viktige deler av menneskers nettverk og kan gi mennesker ekstra muligheter og gjøre det enklere for dem å integrere seg i samfunnet (Granovetter 1973). Studier har også vist at brukerne av Facebook oppgir et høyere gjennomsnittsantall av venner når de blir spurt om venner på Facebook kontra venner i det virkelige liv. I tillegg til dette innrømmer flere at vennelisten inneholder personer de egentlig ikke kjenner (West, Lewis og Currie 2009). Dette viser at det kan være stor forskjell på hva man en kaller en venn i hverdagen og hva man kaller en Facebook-venn. Med andre ord er vennelisten snarere en liste over personer man har en eller annen form for sosialt bånd til, både sterkt og svakt, enn en liste over venner i ordinær forstand.

På andre sosiale nettverktjenester som for eksempel LinkedIn blir koblingen mellom to personer omtalt som en forbindelse. På Twitter snakkes det om å følge eller bli fulgt av andre brukere. LinkedIn fremstår som en profesjonell jobborientert sosial nettverktjeneste og fremhever at koblingene mellom personer ikke nødvendigvis er basert på venneforhold i det virkelige liv, men jobbforbindelser og bransjenettverk. På Twitter kan hvem som helst knytte seg til hvem som helst, da tjenesten ikke krever gjensidig godkjenning for koblingene og ikke fremstår som en måte å knytte sammen kontakter en allerede kjenner, herav navnet følgere.

Dette viser hvordan de forskjellige nettverkstjenestene anser forholdet mellom brukerne og navngir koblingene deretter.

I denne oppgaven vil jeg understreke når jeg snakker om andre venneforhold enn Facebook-venner, men i de fleste tilfellene der jeg skriver ordet venner, menes koblingen mellom to personer på Facebook.

2.3 Sixdegrees.com og forhistorien til sosiale nettverkstjenester

I 1997 kom det som Boyd og Ellison (2008) definerer som den første sosiale nettverkstjenesten, nemlig sixdegrees.com – hvor navnet henspiller til ”six degrees of separation”-teorien. Denne nettverksteorien argumenter for at alle mennesker i verden er knyttet sammen med maks seks ledd imellom seg. (I praksis betyr det at en i min vennekrets kjenner en i en annen vennekrets, som kjenner en i en tredje vennekrets som kjenner en person som kjenner en annen som har tilknytning til for eksempel Barack Obama.) Selv om flere av funksjonene på sixdegrees.com hadde vært tilgjengelig på andre nettsteder før, var denne nettsiden den første som kombinerte alle funksjonene. Brukerne kunne lage sine egne profiler, ha oversikt over vennelisten og også besøke andre sine profiler. I følge markedsføringen var sixdegrees.com et verktøy for å komme i kontakt med mennesker og å sende meldinger til dem. I 2000 måtte sixdegrees.com avsluttes da prosjektet ikke var levedyktig økonomisk (Boyd og Ellison 2008).

I kjølvannet av sixdegrees.com fulgte andre mer eller mindre vellykkete sosiale nettverksprosjekter: Friendster, Orkut, LinkedIn, MySpace, Facebook m.m. LinkedIn blir fremdeles brukt i dag, som et nettsamfunn for jobbrelaterte kontakter. Friendster derimot er av noen blitt betegnet som den største skuffelsen i Internettets historie (Chafkin 2007), da det ikke taklet å bli så populært som det ble, og tekniske problemer og dårlige valg fra ledelsen gjorde slik at nettsiden dalte raskt i popularitet. MySpace som ble lansert i 2004 (MySpace 2011), er et annet populært nettsamfunn som vokste frem, men som i de siste årene har dalt i popularitet. Ifølge Alexa.com har sidevisningene til MySpace dalt med 37,13% i februar, mars og april måned (Alexa 2011) og i januar og februar i 2011 mistet MySpace 10 millioner unike brukere, mens Facebook har fortsatt å vokse (Barnett 2011).

I Norge startet Dagbladet i 2002 et nettsamfunn som de kalte Blink. Nettsamfunnet hadde i sin topp-periode ca 300 000 unike besøkende hver måned, men måtte tilslutt i 2011 legge inn

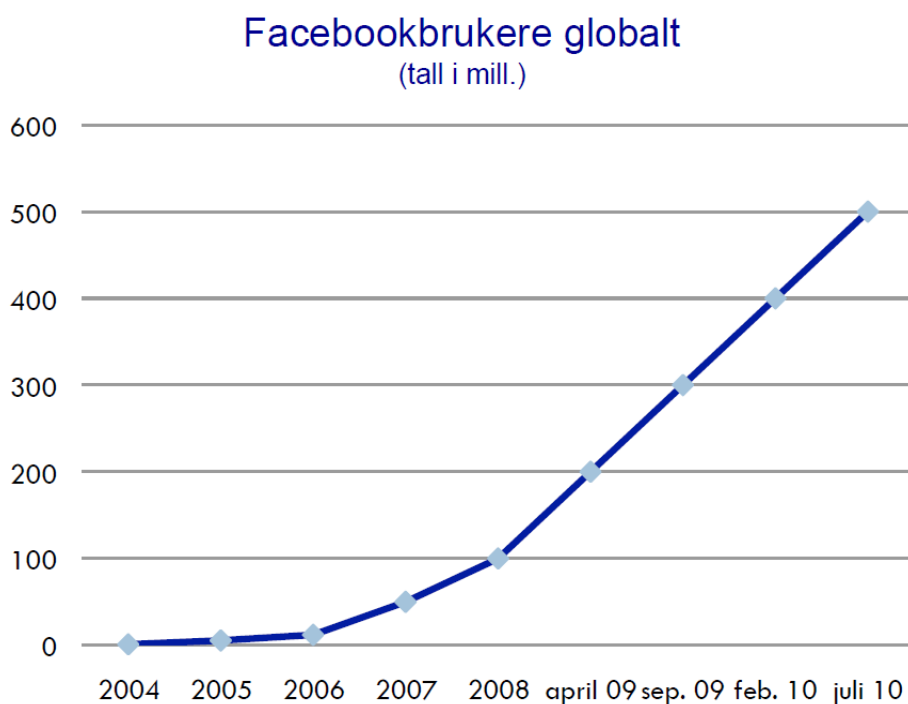
årene da konkurransen fra andre nettsamfunn (Facebook) ble for stor (Flage 2011). I 2006 lanserte den konkurrerende avisen VG sitt nettsamfunn Nettby, som fort tok opp kampen med Blink. I desember 2008 hadde Nettby over 800 000 brukere og var blant de 2000 mest trafikkerte nettsidene i verden. Likevel la Nettby inn årene i slutten av 2010, da eieren ikke lenger hadde økonomisk grunnlag for å fortsette driften (Nettby 2010). I 2005 relanserte Egmont Serieforlag og TV2 biip.no³ som et sosialt nettsamfunn. Biip.no er fremdeles ”i live” og har ifølge nettsiden per dags dato 410.000 medlemmer (Biip 2011). Hvorvidt dette er aktive medlemmer sier nettsiden ingenting om. Likevel kan vi ifølge Alexa.com se en nedadgående kurve i antall sidevisninger og mye av grunnen er nok den store konkurransen biip.no har fått fra Facebook. Facebook ble åpnet for det norske markedet i 2006 og har siden hatt en eksplosjonsartet vekst både i Norge og i resten av verden (Synlighet 2010). Facebook var med andre ord ikke den første sosiale nettverkstjenesten i Norge, men det er den tjenesten som har fanget interessen til det norske publikummet på en helt annen måte enn tidligere tjenester. For å få vite hvordan det gikk til, må vi se på bakgrunnen til nettverkstjenesten.

2.4 Historien bak fenomenet Facebook

I februar 2004 lanserte Harvardstudenten Mark Zuckerberg i allianse med Eduardo Saverin thefacebook.com for elever ved Harvard universitet i USA (Yadav 2006). Navnet refererte til boken som årlig blir gitt ut med bilder av alle studentene på Harvard. I løpet av et par dager hadde flere hundre studenter meldt seg inn på nettsamfunnet (Tabak 2004). I utgangspunktet måtte en ha en e-post-konto fra Harvard for å kunne bruke nettsiden, men Zuckerberg innså raskt populariteten og potensialet, og introduserte nettstedet til Stanford og Yale. Studentene på disse skolene reagerte på samme måte som på Harvard og tok raskt i bruk nettstedet. Deretter gikk det kast i kast hvor studenter på nye skoler kunne registrere seg på nettsiden. I utgangen av 2004 hadde thefacebook.com nådd enmillioners-merket (Synlighet 2010). Zuckerberg allierte seg etter hvert med Dustin Moskovitz og Chris Hughes for å få hjelp til å drive thefacebook.com videre (Yadav 2006). I 2005 droppet Zuckerberg og Moskovitz ut fra Harvard for å drive med thefacebook på fulltid. Det samme året skiftet de også navnet til bare Facebook.

³ Biip.no var tidligere en nettside hvor brukerne kunne sende gratis sms

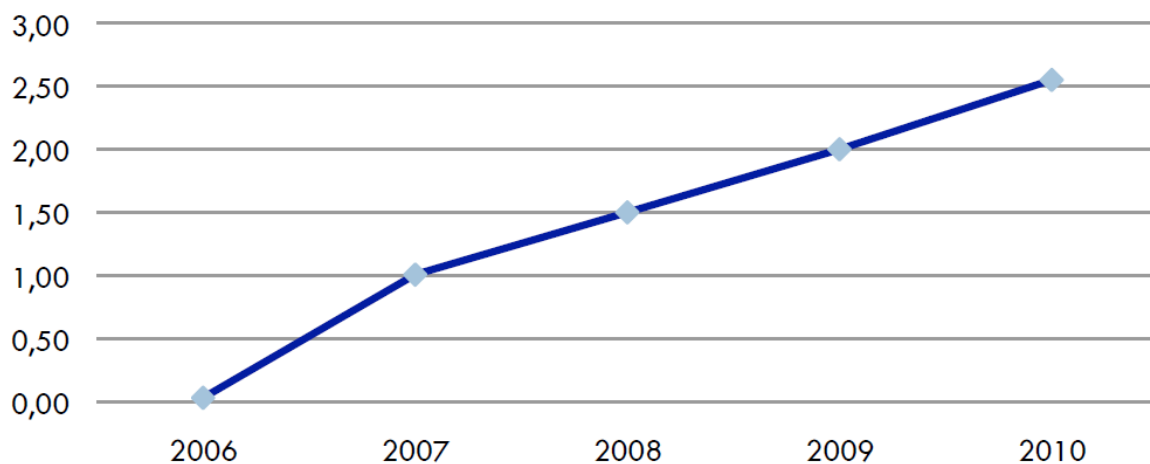
I september 2006 ble Facebook tilgjengelig for resten av verdenssamfunnet og det ekspanderte raskt i hele den vestlige verden. I dag har Facebook over 500 millioner aktive brukere, hvorav 50% logger seg inn hver dag. Til sammen tilbringer brukerne 700 milliarder minutter i måneden på nettsamfunnet (Facebook 2011). Det vil si i gjennomsnitt 45 minutter daglig for hver bruker.



Figur 1 Facebook-brukere globalt i verden (Synlighet 2010)

I Norge har vi i dag over 2,5 millioner aktive brukere på Facebook (Synlighet 2010). Undersøkelser viser at 70% av Norges befolkning mellom 15 og 30 år er innom Facebook daglig, hvilket gjør Facebook til det desidert største nettmediet i Norge, og det 3. største mediet totalt, kun slått av TV2 og NRK (Synlighet 2010). Med over 50% av Norges befolkning på Facebook er vi per dags dato den nest største Facebook-nasjonen i verden, målt i prosentandel av befolkningen. Norge er kun slått av Island hvor 57% av befolkningen bruker nettsamfunnet. Av den norske brukermassen er det brukerne i alderen 22-29 som er størst representert, med 24% av alle brukerne i Norge (Synlighet 2010).

Facebookbrukere Norge (tall i mill.)



Figur 2 Facebook-brukere i Norge (Synlighet 2010)

Dette er utrolige tall, men det er viktig å se på tallene fra Facebook med en viss skepsis. 500 millioner brukere betyr ikke nødvendigvis 500 millioner unike brukere. I 2010 avdekket Dagens Næringsliv at Facebook hevdet å ha 1,6 millioner brukere i Oslo, mens SSB sine tall tilsier at det bare bor ca. 600 000 mennesker i Oslo, og medregnet de tilhørende kommunene (Stor-Oslo) kommer tallet likevel bare opp i 900 000 (Dagens Næringsliv 2010). Altså i alle fall 700 000 i forskjell. En representant for Facebook forklarte problemet med måten beregningen ble gjort på, at de ikke nødvendigvis fulgte kommunegrensene til de forskjellige delene av landet. I tillegg er det også et kjent fenomen at flere brukere har flere kontoer (Synlighet 2010). Nå har heller aldri Facebook gått ut og sagt at tallene de oppgir er 100% korrekte, så det er god grunn til å tro at det eksakte antall brukere i Norge er noe lavere enn Facebook sine tall. Likevel er det et imponerende antall nordmenn som har registrert seg på nettsiden. Hvis vi sammenligner Facebook sine norske tall med biip.no er Facebook seks ganger så stor i Norge. Onlinespillet World of Warcraft har fått mye oppmerksomhet for sin popularitet, og spillet har hatt opp mot 12 millioner brukere, men sammenlignet med Facebook på verdensbasis er nettverkstjenesten nesten 42 ganger større. Facebook er bare slått av Google.com i antall daglige sidevisninger og unike brukere. Ut fra disse tallene er det ikke rart at nettsamfunnet får såpass mye oppmerksomhet i media som det får.

2.5 Facebook som en sosial nettverkstjeneste

For å kunne forstå bruken av Facebook er det viktig å vite hvordan tjenesten fungerer, og derfor kommer det i dette kapitlet en gjennomgang av funksjonen til nettverkstjenesten.

Facebook sin oppbygging er komplisert og det tar tid å komme inn i systemet. Det første en gjør er å lage en profil; brukeren fyller ut et skjema som videre genererer profilen. Denne profilen er i bunn og grunn lik for hver person. I motsetning til for eksempel MySpace kan en ikke forandre mye på utseende på selve profilsiden, det eneste en kan gjøre noe med er innholdet. På profilen er navnet til profileieren alltid synlig, og det er mulig for brukerne å legge til et profilbilde, personlig informasjon som hvor en bor, jobber, studerer, fødselsdato og e-post, i tillegg til bilder og album og til slutt vennelisten. Hver profil har også en "vegg" hvor venner og brukeren selv kan skrive. Brukeren har også mulighet til å skrive meldinger på sin egen profil og dette blir kalt statusoppdateringer. Brukerne må ikke fylle ut alle feltene på profilen, men det kan virke som at det er vanlig å ha i alle fall litt informasjon på profilen.

Et av de første stegene etter å ha laget en profil er å knytte til seg venner og kjente. En viktig del av Facebook er å binde sammen brukere og synliggjøre brukerens nettverk. Castells beskriver i korte trekk generelt et nettverk som et sett med sammenkoblede noder (Castells 2004:2). Nettverk er heller ikke noe som er kommet på bakgrunn av den nye datateknologien, nettverk har eksistert i alle år. Capra referert i Castells (Castells 2004:2) argumenterer for at nettverk er "a pattern that is common to all life. Wherever we see life, we see networks". Nettverk er dermed noe som lenge har eksistert, det er bare i den siste tiden vi har flyttet nettverkene våre over på sosiale nettverkstjenester og synliggjør dem mer enn tidligere. For å hjelpe nye brukere å knytte til seg kontakter på Facebook er det mulig å søke etter personer ved hjelp av kontaktlister tilknyttet e-postkontoen til brukeren. I tillegg blir brukeren presentert for forslag basert på andre brukere som jobber samme sted som den opprinnelige brukeren eller går på samme skole. Valget om å kalle koblingen mellom brukerne for *venner* gjenspeiler, som nevnt tidligere, at skaperne av Facebook i stor grad mener at en skal knytte til seg personer en allerede har kjennskap til. Nettverkene mellom brukerne på Facebook er i stor grad preget over å være svart/hvit. Det vil si at enten er man venner med noen eller så er man ikke. Det finnes ingen muligheter for å knytte noen halvveis til seg. Det finnes bare en venneliste og der blir alle personene en knytter til seg plassert.

Hovedsiden til Facebook er den såkalte ”news feed”-en eller siden for nyhetsoppdateringer. Her får brukerne opp en liste med alle aktiviteter vennene eller brukerne selv har gjort. Det kan være en statusoppdatering, noen som har lagt ut et bilde, noen som har forandret på informasjon på siden sin eller kanskje noen som har delt en lenke. Her er det viktig å nevne at en kan få en oppdatering på ens egen nyhetsoppdateringsside om personer en ikke selv har på vennelisten. Dette skjer hvis en på vennelisten kommenterer på en annen sin profil som er åpen for venner av venner til å se på. På nyhetsoppdateringssiden kan brukeren velge mellom siste nytt, som er en kronologisk liste med det siste som har skjedd øverst, eller toppnyheter, som lister ut de hendelsene som det har vært mye aktivitet rundt (for eksempel har fått mange kommentarer).

Brukerne har også muligheter for å opprette arrangementer som de kan invitere andre på, lage grupper, opprette fansider, sende private meldinger eller direkte meldinger til vennene sine gjennom chatten. Chatten er en ny funksjon som gjør det mulig for brukerne å ha private samtaler to og to. En sentral del av Facebook er muligheten for å laste opp bilder og dele disse bildene med vennene sine. Det er mulig å lage flere forskjellige album med flere hundretalls bilder i hvert album. En kan også tagge⁴ sine venner i bildene slik at andre kan se hvem som er avbildet. Ved å gjøre dette blir bildene linket opp mot de aktuelle brukerne sine profiler. Hvis en ikke ønsker at bildet skal være synlig på profilen sin, kan en fjerne denne taggen ved å untagge seg selv. Dette fjerner ikke bildet fra Facebook, men gjør at bildet ikke blir synlig på profilen og navnet forsvinner fra bildet.

Facebook har utviklet seg til å bli mer enn ”bare” en sosial nettverkstjeneste de siste årene, og i noen tilfeller kan det nesten være mer riktig å omtale Facebook som en portal. Det er per dags dato mulig for brukerne å spille spill gjennom siden, kjøpe og selge varer gjennom markeds plassen eller utvide opplevelsen ytterligere gjennom mange forskjellige tredjeparts applikasjoner. Alt i alt tilbyr Facebook et bredt utvalg av aktiviteter for brukerne.

Det som skiller Facebook fra tidligere sosiale nettverkstjenester er at hensikten med nettstedet er at brukeren skal være seg selv der. Der tidligere nettsteder har latt brukeren bruke kallenavn, i flere tilfeller også oppfordret til det (for eksempel dating-nettsider), får brukeren beskjed ved opprettelse av en konto på Facebook om å bruke sitt eget navn. Zuckerberg

⁴ Ved å tagge noen på et bilde kobler en sammen et bilde og en bruker slik at alle som ser bildet kan vite navnet på den som er avbildet. Å fjerne denne taggen blir ofte kalt å untagge seg selv.

forklarte hvorfor de hadde valgt å gjøre det på akkurat den måten i et intervju med Time Magazine i 2007.

People communicate most naturally and effectively with their friends and the people around them. What we figured is that if we could model what those connections were, [we could] provide that information to a set of applications through which people want to share information, photos or videos or events. But that only works if those relationships are real. That's a really big difference between Facebook and a lot of other sites (Locke 2007).

Her kommer det tydelig frem at Zuckerberg mener at hensikten at personer skal være ”seg selv” på nettstedet er Facebook sin styrke. Zuckerberg går videre med å forklare at han ser på Facebook som et verktøy. Han viser til at Facebook skal gjøre det enklere for folk å kommunisere, få informasjon og dele informasjon (Locke 2007). Det er kanskje ikke tilfeldig at Zuckerberg vektlegger at Facebook sin styrke er fokuset på autentisitet. På et sosialt nettsamfunn der folk i stor grad kommuniserer med andre de har et bånd til i den virkelige verden, er det mulig å tenke seg at det også gjør det lettere å dele informasjon enn på andre typer nettsamfunn. Likevel viser forskning at kriteriene for å legge noen til som venn på Facebook er lave og at vennelistene ofte kan inneholde personer brukerne knapt kjenner (West, Lewis og Currie 2009).

2.6 Hva er personvern?

For å bedre kunne jobbe med problemstillinger om hvordan brukere av Facebook forholder seg til deling av informasjon på tjenesten er det også viktig å vite hvordan nettsiden legger opp til at brukerne kan beskytte informasjonen sin der. I Facebook sitt tilfelle er dette mulig gjennom bruken av personverninnstillingene. Men hva er egentlig personvern? Personvern er ikke bare innstillingene som Facebook har lagt til for at brukerne skal kunne bestemme hvem som har tilgang til deres profil. Personvern er et vidt begrep som strekker seg over mye mer enn bare Facebook.

Personvern blir definert av bokmålsordboka som ”vern mot misbruk av persondata” (Bokmålsordboka 2011), og i et informasjonshefte utgitt av Datatilsynet defineres personvern som den ”grunnleggende beskyttelsen av den enkeltes privatliv”. Ifølge FN sin konvensjon om menneskerettigheter artikkel 12 defineres retten til personvern på denne måten: ”Ingen må utsettes for vilkårlig innblanding i privatliv, familie, hjem og korrespondanse, eller for angrep

på ære og anseelse. Enhver har rett til lovens beskyttelse mot slik innblanding eller slike angrep” (Forente Nasjoner 1948). Det norske ordet personvern rommer to forskjellige begreper på engelsk; ”privacy” og ”data protection”, men har nok i den siste tiden mest blitt knyttet til ”privacy”. Begrepet ”privacy” knyttes opp mot ”vern av grunnleggende verdier som integritet, autonomi og privatliv” (Teknologirådet 2005), mens ”data protection” er det tekniske vernet av personopplysninger. Brandtzæg og Lüders (2009) betegner personvern som ”enkeltindividets ønske og behov for å kontrollere personlig informasjon”. I Norge har vi strenge regler som omfatter personvernet til den enkelte person i landet, som for eksempel personopplysningsloven (*personvernloven*) som skal bidra til at ”personopplysninger blir behandlet i samsvar med grunnleggende personvern hensyn, herunder behovet for personlig integritet, privatlivets fred og tilstrekkelig kvalitet på personopplysninger” (lovdata.no). Disse lovene gjelder for eksempel for alle bedrifter, institusjoner, programvarer og forskere som samler og lagrer personlige opplysninger.

I 2010 ble Facebook klaget inn til Datatilsynet av Forbrukerrådet for det de mener er brudd på personopplysningsloven, spesielt i forhold til tredjeparts applikasjoner på nettstedet (Flesland og Nortvedt 2010). De mener at Facebook ”operer i et lovtomt rom”, hvor det er usikkert hvilken lov nettstedet skal forholde seg til. I følge Nortvedt, underdirektør i Forbrukerrådet, fraskriver norske brukere seg grunnleggende norsk rett når de lager konto på Facebook, og han mener at Datatilsynet må markere at ”norsk lov skal anvendes når et nettsted retter seg spesifikt mot norske forbrukere” (Fuglehaug 2010). Datatilsynet har tilslutt kommet til konklusjonen om at Facebook må forholde seg til irsk lov, siden det er der den europeiske versjonen av Facebook er registrert (Amundsen 2011) og dermed betyr det at norske brukere er underlagt irsk lov. Forbrukerrådet på sin side sier at de vil kjempe videre for at Facebook-brukerne skal kunne forholde seg til lover og regler i landet de er bosatt i (Amundsen 2011).

Jan van Dijk (2006) utgreier i sin bok ”The Network Society” om fire tiltak for å beskytte personopplysninger. Det er (1) rettslig vern, (2) sosialt vern: individuell eller kollektiv selvregulering, (3) systemteknisk og organisatorisk vern og til slutt (4) tekniske alternativer.

Det rettslige vernet er fundamentet som personvern bygger på, men er i dagens samfunn ikke tilstrekkelig for å beskytte personopplysninger på en skikkelig måte. Derfor må individer og grupper være bevisste og jobbe for å bedre brukernes rettigheter. I tillegg må systemene som utvikles være i stand til å håndtere personopplysninger på en god måte, hvor tekniske alternativer som kryptering og sletting av data kan hjelpe.

I min oppgave er det spesielt punkt nummer to og tre som er interessante, fordi jeg vil finne ut hvorvidt mine informanter driver med selvregulering, hvor bevisste de er på informasjon de deler og om de bruker personvernsinnstillingene. Nummer tre er aktuell fordi det kan knyttes opp mot hvorvidt Facebook gjør det mulig for brukerne å beskytte seg selv. Er for eksempel innstillingene enkle å sette opp? Facebook har helt siden oppstarten fått mye kritikk for sin behandling av persondata og personvernsinnstillingene har sammen med nettsiden gjennomgått store forandringer opp gjennom årene. I punktet under vil jeg forklare litt hvilke forandringer som har skjedd.

2.7 Facebook sin personvernhistorie

I Facebook sine første år var mye av bruken dreid rundt interne nettverk laget på Facebook. Dette var for eksempel Harvard-nettverket, Yale-nettverket, Stanford-nettverket osv. og det var disse nettverkene som bestemte hvem som kunne ha tilgang til profilen til brukerne. Etter hvert som Facebook vokste kom det flere nettverk til hvor noen av dem bestod av hele land (for eksempel nettverket Norge). Disse interne nettverkene ble tilslutt så enorme, med flere millioner brukere i enkelte nettverk, at brukernes profiler i realiteten ofte var vidåpne. Facebook-utviklerne gikk etter hvert mer og mer vekk fra strategien om at alle i et nettverk hadde tilgang til en profil. De bestemte seg for å gi brukerne muligheten til å bestemme hvem som hadde tilgang (boyd og Hargittai 2010). Her kunne brukerne bestemme hvorvidt ingen skulle ha tilgang, eller bare venner, venner av venner eller spesifikke nettverk. Etter hvert fikk tredjepartsutviklere tilgang til informasjonen på profilene og det ble gjort mulig for brukerne å også bestemme hvilke tredjepartsapplikasjoner som kunne få tilgang til disse dataene.

Facebook har gått igjennom mange runder med oppgradering av personvernsinnstillingene, senest i 2010, men det som har vært fellesnevneren er at standardinnstillingene alltid har vært å dele mye. Som for eksempel da Facebook introduserte muligheten for at søkemotorer kunne indeksere profilene på Facebook var standardinnstillingen at dette var aktivert. Når en bruker prøver å deaktivere denne funksjonen, får vedkommende i tillegg opp en melding om at deaktivering vil medføre at det vil bli vanskeligere for andre personer å finne ham eller henne.

Nesten alle oppdateringene av Facebook har blitt møtt med kritikk. Da Facebook introduserte seksjonen ”news feed”, eller nyhetsoppdateringsdelen, ble det ramaskrik. Når en bruker lastet

opp bilder, forandret informasjon på siden sin, forandret forholdsstatusen eller oppdaterte statusen sin ble dette kringkastet til alle vennene en hadde. Denne endringen medførte et skift i bruken av nettsiden, der brukerne tidligere måtte aktivt finne informasjon på de forskjellige profilene, fikk de nå all informasjon direkte inn i en egen side. Selv om dette var informasjon som tidligere hadde vært tilgjengelig for alle brukerne, ble det likevel opplevd som et mye større inngrep i personvernet at alle aktiviteter ble kringkastet til de andre brukerne. Det ble også opprettet aksjonsgrupper mot denne funksjonen på Facebook og den største hadde rundt 700 000 medlemmer (Meredith 2006). Dette kan sammenlignes med kontroversen som oppstod da Iam.no ble lansert i Norge. Iam.no er en nettside som gjør det mulig å søke etter personer og få en oversikt over all informasjonen som er tilgjengelige i åpne databaser på nettet. Selv om dette også er informasjon som er åpent tilgjengelig på nett, ble det stor kontrovers rundt nettsiden som synliggjorde personlig informasjon på en helt annen måte enn tidligere (Unanue-Zahl 2009). Datatilsynet opplevde en strøm av klager på nettstedet (Svendsen 2010), hvor mange mente at de ikke hadde gitt nettsiden tillatelse til å bruke informasjonen deres og at det var et direkte angrep på deres personvern. Begge disse hendelsene kan være et bilde på hvordan mange i dag ikke er klar over nøyaktig hvor mye informasjon som ligger tilgjengelig om dem selv på nettet, og for mange ble nok kanskje disse hendelsene en slags oppvåkning. Likevel er det interessant å se at nyhetsoppdateringsfunksjonen i dag er hovedsiden til Facebook, og at mange kanskje ikke lenger forbinder denne med angrep på personvernet. Med tid blir man vant med det meste.

2.8 Utvalg av tidligere forskning om Facebook, deling og personvern

Facebook har på grunn av sin popularitet og vekst vært et populært tema for mange forskere. Mye av forskningen rundt sosiale nettverktjenester har vært spesielt knyttet til Facebook hvor de forskjellige aspektene av denne enkelttjenesten har blitt diskutert. I denne delen vil jeg gå igjennom tidligere forskning på Facebook som omhandler deling og personvern. Jeg har valgt ut disse tekstene for å gi en kort introduksjon til forskningsfeltet.

I 2005 utførte Acquisti og Gross en undersøkelse med over 4000 Facebook-brukere og konkluderte med at brukerne var villige til og ubekymret over å dele store mengder informasjon om seg selv. For eksempel inneholdt 90% av profilene bilder og ekte navn, 87% avslørte fødselsdato, 40% hadde skrevet inn et telefonnummer og 50% la ut adressen. De fleste brukte ikke personvernsinnstillingene og bare et fåtall (1,2%) hadde forandret

innstillingene fra standardoppsettet (Gross og Acquisti 2005). I 2006 videreførte de arbeidet sitt med å analysere sammenhengen mellom holdning og praksis. De fant ut hvilke holdninger en gruppe studenter hadde til personvern, og sammenlignet hva studentene trodde de delte mot hva de faktisk delte. I tillegg prøvde de å få en oversikt over studentenes generelle kunnskaper om Facebook sine personvernsmekanismer. Resultatet viste at to tredjedeler av studentene visste nøyaktig hva de delte, og at en stor del av informantene visste hvor synlig innholdet deres var. 8% derimot hadde mer informasjon tilgjengelig på profilen enn de hadde oppgitt i undersøkelsen. I forhold til kunnskap om personvernsmekanismene fant de ut at det var 30% som ikke visste at det gikk an å styre hvem som kunne søke etter profilen, i tillegg hadde 22% aldri hørt om personverninnstillingene (Acquisti og Gross 2006). Likevel merket Acquisti og Gross en liten økning i antall personer som var oppmerksomme på profilens synlighet og hvordan de kunne styre dette i løpet av det halve året mellom de to undersøkelsene.

Dwyer, Hiltz og Passerini (2007) argumenterer for at hvorvidt brukerne stoler på systemet, og hva som er formålet med å bruke systemet, har en innvirkning på hvor mye en deler. I deres studie viste det seg at brukerne av Facebook hadde større tillit til Facebook enn brukerne av MySpace hadde til MySpace, og at Facebook-brukerne derfor var mer villig til å dele informasjon. I 2007 viste resultater fra en spørreundersøkelse utført av Pew Research Center at 66% av de som hadde profiler på nett hadde skjult profilen slik at den ikke var synlig for alle Internett-brukere (denne undersøkelsen var ikke spesifikk for Facebook, men er likevel en dramatisk økning i forhold til Gross og Acquistis undersøkelse). På de profilene som var synlige for alle fortalte 46% av brukerne at de hadde falsk informasjon eller lite informasjon på profilsiden (Lenhart og Madden 2007). Lewis, Kaufman og Christiakis (2008) pekte på at brukere hadde større sannsynlighet for å skjule profilen sin hvis venner eller romkamerater hadde gjort det, eller hvis brukerne var aktive på Facebook eller var kvinner.

Forskning på Facebook har avdekket en korrelasjon mellom mengden informasjon brukere deler og antall venner på nettsiden. Jo større vennekrets jo mer deler personene. Informasjonen som deles på Facebook er en måte for brukerne å øke sin sosiale interaksjon, deltakelse og til å hjelpe med å opprettholde vennskap (Young og Quan-Haase 2009). Det viste seg at profiler som er åpne, eller som ikke har modifisert personverninnstillingene inneholder mer informasjon enn profiler som er lukket. I tillegg er det en sammenheng mellom bevissthet om personvern og informasjonsdeling. Jo mer bevisst en person er

angående personvern, jo mindre informasjon deler de på Facebook. Ut ifra dette kan en konkludere at personer som er bevisst om personvernsspørsmål oftere vil stenge sin profil og legger ut mindre informasjon på siden (Young og Quan-Haase 2009). Undersøkelsen viste også at flere enn tidligere benytter seg av personvernsinnstillingene. Ca 66% fortalte at de hadde forandret innstillingene til ”bare venner”(Young og Quan-Haase 2009) noe som samsvarer med Pew Research Center sin generelle undersøkelse i 2007. Det har vist seg at de oppfattede fordelene ved å bruke Facebook veier tyngre enn risikoene ved å utlevere personlig informasjon (Debatin et al. 2009). Og selv om brukere har tatt i bruk personvernsinnstillingene er de lite kritiske til hvem de legger til som venn, og dermed undergraver innstillingene de selv har satt opp (Debatin et al. 2009). Å ha forandret innstillingene til ”bare venner”, ble generelt sett på som adekvat måte å beskytte seg selv på, selv om vennelisten inneholdt personer de knapt kjente.

2.9 Oppsummering

Sosiale nettverkstjenester er et produkt skapt ut fra menneskers behov for å være sosiale og for å dele og få informasjon. Sosiale nettverkstjenester krever at brukerne tar et aktivt valg og blir medlem på tjenestene og i mange tilfeller kan tjenestene beskrives som et redskap som fremhever kommunikasjons- og informasjonsflyt. Flere sosiale nettverkstjenester har vært populære opp gjennom årene, men ingen har hittil klart å overgå den enorme brukermassen som Facebook har opparbeidet seg. Facebook er i dag en del av hverdagslivet til mange og er populært ikke bare hos unge, men også hos middelaldrende og eldre. Bedrifter bruker Facebook som en ny måte å nå ut til kunder og avisene legger opp til at leserne skal kunne dele artiklene enkelt med andre på Facebook. Med et produkt så populært som Facebook er det ikke uvanlig at det blir forsket mye på tjenesten. Forskingen rundt Facebook viser at det er forskjellig hvor mye en person deler på nettsiden, og at dette ofte har en sammenheng med bruk av personvernsinnstillinger. Så selv om folk alltid har vært villige til å dele en viss mengde med informasjon om seg selv er det viktig å finne ut hvorfor vi bruker Facebook på den måten som vi gjør. Derfor må vi avdekke grunner til å bruke sosiale nettverkstjenester, hvorfor vi deler informasjon, hva vi gjør med informasjonen som er tilgjengelig om oss, hvem som har tilgang på den og hvordan vi beskytter den. Dette er alle deler som vil bli diskutert nærmere i de neste kapitlene, men før det er det viktig å gi en innføring i hvordan selve studiet ble gjennomført.

3. Metodiske valg og tankegangen rundt disse

3.1 Mitt utgangspunkt

Jeg har alltid vært opptatt av mine rettigheter og å beskytte meg selv, og er våken på hvilken informasjon som ligger tilgjengelig om meg på nettet. Flere tilfeller de senere årene (for eksempel Iam.no, nyhetsoppdateringsfunksjonen på Facebook) har gitt meg indikasjoner på at ikke alle er like oppdatert på hvilken informasjon de legger ut om seg selv på nettet, og at ikke alle har kunnskaper om hvordan å beskytte sin egen informasjon. Derfor synes jeg det er interessant å finne ut hva som gjør at vi deler så mye om oss selv på nettet. Jeg er interessert i å finne ut hvilke tanker yngre brukere har rundt det å dele personlig informasjon, som for eksempel om de tenker over personvern i det hele tatt, eller om sosiale medier har blitt en så stor del av dagliglivet at de ikke lenger tenker over hvorfor de deler.

Likevel er det viktig å vite at mine meninger og min bakgrunn vil prege min analyse og mine tolkninger. En person med en annen bakgrunn enn meg ville nok sikkert kunne hentet ut andre tolkninger og slutninger ut fra min empiri. Patton (2002) peker på hvordan kvalitativ analyse sin store styrke er nettopp det menneskelige aspektet, mens dette på samme tid er analysens store svakhet. Derfor er det viktig å se mine resultater i sammenheng med hvem jeg er som forsker og min bakgrunn til valg av oppgave.

3.2 Metodisk tilnærming - valg av kvalitativ versus kvantitativ

Ved valg av forskningsmetode var det flere aspekter som spilte inn og var utslagsgivende. Et av de viktigste punktene var hvor jeg ville plassere meg selv i kunnskapsfeltet. Som forarbeid til oppgaven fant jeg mange forskningsartikler og prosjekter som omhandlet Facebook og deling og personvern, og hovedvekten av disse oppgavene var basert på kvantitativ forskning (Acquisti og Gross 2006; Dwyer, Hiltz og Passerini 2007; Gross og Acquisti 2005; Lewis, Kaufman og Christtakis 2008; Lenhart og Madden 2007), hvor store spørreundersøkelser var det mest brukte. Jeg ønsket derfor å bidra til dette feltet med en litt annen vinkling ved å benytte meg av intervjuer som gikk mer i dybden på intervjuobjektet.

Valget falt på kvalitativ forskning ettersom jeg også ønsket å jobbe direkte med mennesker og komme nærmere innpå informantene. Jeg synes det er interessant å få innblikk i andre sine tankeprosesser, og begrunnelser bak valgene de gjør. Dette var i tillegg en forskningsmetode som appellerte til meg, som virket interessant og som jeg mente jeg kunne utføre på en god måte. Interessene mine er mer knyttet opp mot å finne svar på ”hvorfør”, og ikke nødvendigvis ”hva”, noe som er vanlig i humanistisk forskning. Jeg ønsker å få et innblikk i informantenes tanker om informasjonsdeling. Ut ifra dette virket kvalitativ forskning som mest hensiktsmessig.

3.2.1 Valg av kvalitativ metode

Ifølge M.Q. Pattons bok ”Qualitative research and evaluation” finnes det tre forskjellige typer av kvalitativ data. Det første er intervjuer, som gir direkte sitater fra informanter, det andre er observasjon, som er detaljerte beskrivelser av personers aktiviteter og lignende, mens det siste er dokumentanalyse hvor dokumenter blir nøye gjennomgått for å finne informasjon (Patton 2002:4). Patton beskriver intervjuer som en prosess som lar intervjueren innta den andre personens perspektiver. Intervjueren jobber ut fra oppfatningen om at informantens perspektiver er viktige og meningsfulle, og at intervjuet er en god måte å finne ut hva informantene tenker og hva de mener er viktig (Patton 2002:341). Ut ifra disse tre grenene, fant jeg ut at det mest hensiktsmessige ville være å gjøre intervjuer, fordi intervjuene ville la meg få et innblikk i tankeprosessen bak en handling, i motsetning til observasjon der selve handlingen ofte er i sentrum. Jeg har også i stor grad benyttet meg av tekstanalyse av tidligere forskning på feltet i oppgaven, for å underbygge eller drøfte mine funn fra intervjuene.

3.3 Valg av skole og klasse

Jeg bestemte meg tidlig for at jeg ville intervjuer elever fra videregående skole fordi det var en aldersgruppe som det tidligere har vært forsket lite på. Unge i denne aldersgruppen har mest sannsynlig hatt Facebook i noen år, og har fått tid til å gjøre seg kjent med systemet. I tillegg er de fremdeles så pass unge at det ikke er sikkert de følger med i media og kontroversene rundt Facebook. Dette er også en gruppe mennesker som har vokst opp med Internett og data, og derfor kanskje har et annet syn på å beskytte seg på sosiale nettverkstjenester enn eldre personer. Studenter er den gruppen som er størst på Facebook, og også den gruppen det har

vært forsket mest på – derfor var det interessant å heller snakke med en litt yngre gruppe for å høre deres tanker rundt Facebook.

Valget av skole ble gjort på bakgrunn av kontakter og lokasjon. Det måtte være en skole jeg enkelt kunne komme meg til flere ganger. I tillegg innbilte jeg meg at det ville være enklere å få innpass på en skole hvor jeg kjente både lærere og rektoren. Dette viste seg å være riktig da rektoren ved skolen informerte meg om at de fikk mange henvendelser fra masterstudenter, men vanligvis sa nei til disse. Jeg, derimot, gikk igjennom nåløyet.

Klassen jeg valgte var en av 2.-klassene på skolen hvor klasseforstanderen stilte seg positiv til å ha intervjuer. I tillegg tok jeg kontakt med en annen lærer som hadde en 1.-klasse, som jeg ville ha som reserve i tilfelle jeg ikke fikk nok informanter i den første klassen. Dette trengte jeg ikke da det var ca. 15 stykker som meldte seg som informanter.

Fremgangsmåten gikk ut på å innhente tillatelse fra rektoren og klasseforstanderen før jeg tok kontakt med elevene. Etter å ha fått tillatelse til å ta kontakt med elevene, valgte jeg å gjøre dette ved å bruke 15 minutter av en skoletime til å informere om prosjektet personlig, hvorpå elevene kunne melde sin interesse. Her ble de informert om formålet med prosjektet, deres rettigheter som informanter og forsikret om at de ville bli anonymisert i oppgaven. De frivillige fikk alle utdelt et informasjonsskriv og måtte skrive under på at de hadde lest skrivet og var innforstått med innholdet.

3.3.1 Utvelging

Jeg hadde tenkt over muligheten for om at jeg kanskje ikke ville få nok studenter som meldte seg og derfor undersøkte jeg om jeg kunne få bruke skoletimer til å gjøre intervjuene. Dette var fordi jeg tenkte at det var mer interessant for elevene å stille opp på et intervju i skoletiden enn etter skolen var over. Jeg tok derfor kontakt med alle faglærerne til klassen og fikk tillatelse fra dem til å ta en og en elev ut fra klassen for å gjøre intervjuene. Dette var veldig positivt for min del, og jeg innser at en av grunnene til at så mange stilte opp rett og slett var fordi de slapp unna skoletimer.

Blant de elevene som meldte seg til intervjuene ble det ikke gjort noen form for direkte utvelgelse. Jeg delte bunken i gutter og jenter og trakk deretter ut 5 tilfeldige fra hver bunke.

Jeg var fra før av litt bekymret for at ingen gutter ville melde seg, da det har vært en trend i andre undersøkelser at jenter har vært overrepresentert (Young og Quan-Haase 2009). Dette ble heldigvis ikke et problem da flere gutter enn jeg trengte meldte seg på.

3.3.2 Om informantene

Informantene var alle elever i samme 2.-klasse på en videregående skole. Alderen varierte fra yngste som var 16, til eldste som var 17. Det var 5 gutter og 5 jenter. Alle informantene har blitt anonymisert i oppgaven, og pseudonymene deres er Anja, Brede, Christine, Dag, Eirin, Frank, Grethe, Hans, Iselin og Jon. Denne anonymiseringen er gjort helt tilfeldig og har ingen sammenheng med hvilken rekkefølge intervjuene ble gjort.

3.4 Intervjuprosessen

Da jeg hadde bestemt meg for at jeg skulle gjøre intervjuer var det flere måter jeg kunne velge å utføre intervjuene på. I hovedsak sto valget mellom fokusgrupper og single intervjuer. Begge metodene hadde sine svakheter og styrker. Fokusgrupper kan ofte være en fin måte å få i gang diskusjoner og kan hjelpe informantene til å åpne seg mer ved at de føler seg mer tilpass i en gruppe av venner. Men fokusgrupper krever også mer av intervjueren enn det single intervjuer gjør. Det kan være krevende å styre en samtale med mange personer, og det kan være vanskelig å holde oversikt over hvem som sa hva. Fokusgrupper er ofte bedre egnet til intervjuere som har god erfaring fra før. I tillegg er det viktig å vurdere hva en prøver å undersøke. I mitt tilfelle kunne det være at informantene ville føle seg mindre trygge på å fortelle alle tankeprosessene bak en handling hvis vennene satt rundt og hørte på. Valget falt derfor på single intervjuer. ”The quality of information obtained during an interview is largely dependent on the interviewer” hevder Patton (2002:341). For at intervjuene skulle bli gjennomført på best mulig måte var det viktig at jeg stilte forberedt og hadde klargjort på forhånd hvilken strategi jeg ville benytte meg av.

3.4.1 Strategi og utforming

Det er flere måter å gjennomføre single intervjuer på. Disse måtene er sterkt knyttet opp til hvordan en formulerer spørsmålene. Ifølge Patton (2002) kan de forskjellige metodene deles opp i tre typer; ”uformelle samtalepregete intervjuer”, ”intervjuguide” og ”standardiserte

fastlagte intervjuer”. Den første typen blir referert til som det ustrukturerte intervjuet, hvor intervjueren har veldig frie tøyler og ordskiftet ofte føles som en helt vanlig samtale. Slike intervjuer blir ofte brukt i feltarbeid og innehar noen tydelige styrker. Denne intervjuformen gir intervjueren stor fleksibilitet, og den gjør det mulig å forme hvert intervju spesifikt til hver enkelt informant. På den andre siden kan slike ustrukturerte intervjuer være vanskelig å bruke i forskningssammenheng, da de kan være vanskelig å sammenligne, og ofte krever at intervjueren gjør flere intervjuer med hver informant.

Når en intervjuer derimot benytter seg av en intervjuguide brukes denne som et slags løst manus hvor tema og spørsmål er bestemt på forhånd. Spørsmålene er ikke nødvendigvis helt fastlagt på forhånd, men guiden skal være til hjelp for intervjueren til å holde seg innenfor temaene. Denne metoden gjør det lettere for intervjueren å systematisk gjennomføre flere intervjuer, samtidig som den åpner for at intervjueren kan ta seg visse friheter og undersøke nærmere i de tilfellene det er relevant. Hvor spesifikk intervjuguiden er er opp til intervjueren å bestemme, men det er en fordel å ikke vike for mye fra selve guiden.

Standardiserte fastlagte intervjuer fokuserer på at alle spørsmålene skal være nøye ordlagt og at intervjueren ikke skal vike fra de predefinerte spørsmålene. Fordelen med denne type intervjuer er at flere personer kan utføre intervjuene og få resultater som er sammenlignbare, uavhengig av hvorvidt de er erfarne intervjuere eller nybegynnere. Intervjuene blir også lettere å analysere i etterkant, da det er mindre rom for variasjoner.

Valget mitt ble en blanding av de to siste typene. Jeg valgte å ha en intervjuguide, hvor en del av spørsmålene var formulert på forhånd, men som også åpnet for at jeg kunne vike fra skjemaet. Denne metoden gjorde det mulig å sammenligne og analysere enkelte av spørsmålene i etterkant, mens jeg i tillegg hadde muligheten til å gå i dybden og la informanten snakke fritt under intervjuet der det ble nødvendig.

3.4.2 Selve intervjuene

Jeg hadde lagt intervjuet opp slik at starten var lik for alle, og åpnet samtalen med forholdsvis enkle spørsmål. Dette var for å få informanten varm i trøyen, og gjøre han eller henne komfortabel med å svare på spørsmål før jeg begynte å grave dypere.

Mange av spørsmålene var fastlagt på forhånd, men jeg var åpen for å la intervjuobjektet snakke fritt der de selv ønsket det. Dette førte til at det i flere situasjoner ble litt hopping frem og tilbake i guiden, da intervjuobjektet av seg selv kom inn på temaer som jeg skulle behandle senere i intervjuet. I disse situasjonene valgte jeg å følge informantens tankegang og styrte ham eller henne tilbake til temaene hvis de kom for langt unna. Ved å bruke denne metoden håpet jeg å gjøre selve intervjuet mer avslappet da intensjonen var at informanten ikke skulle oppleve intervjuet som en slags prøve, men mer som en samtale mellom to personer.

Intervjulengden var på forhånd satt til ca. 30 min, og i de fleste tilfeller holdt jeg meg tett opptil det tallet. Likevel varierte lengden på intervjuene; det korteste intervjuet varte i underkant av 20 minutter, mens det lengste varte i over 43 minutter. Lengden på intervjuene var i stor grad knyttet til hvor villige informanten var til å dele informasjon. Den ene informanten, Dag, kom med historier som underbygget meningene han hadde, og delte mye informasjon om seg selv under intervjuet. En annen informant svarte i stor grad med korte setninger eller ja og nei, og virket generelt sett lite interessert i å svare på spørsmålene mine. Jeg hadde på forhånd prøvd å holde meg unna spørsmål som enkelt kunne svares ja og nei på, men en del av spørsmålene kunne besvares i veldig korte ordelag hvis informanten ønsket det.

De fleste informantene var veldig interessert i å svare på spørsmålene og var i den forstand flinke intervjuobjekter. Bortsett fra det ene intervjuet satt jeg etter hvert intervju igjen med en god følelse da jeg følte at intervjuobjektene hadde åpnet seg og velvillig delt mye og viktig informasjon med meg. Selv om det ene intervjuet var mer krevende å gjennomføre enn de andre, var det ikke mislykket, fordi jeg fikk verdifull informasjon ut fra det.

Intervjuguiden ligger som vedlegg nr 12.1.

3.4.3 Hvilken rolle spilte jeg under intervjuet?

Hvordan intervjueren takler intervjusituasjonen er viktig for at et intervju skal bli vellykket, og det er viktig å være forberedt på forskjellige situasjoner. Elevene visste at dette var en masteroppgave, og jeg var av den oppfatningen at de anså meg som voksen, men ikke nødvendigvis på samme måte som de så på lærerne sine. Dette hadde nok noe med alderen min å gjøre, da jeg tydelig var eldre enn dem, men likevel ikke like gammel som lærerne. De behandlet meg med respekt og var villige til å dele informasjon, selv om de noen ganger sa at

det var litt flaut å utlevere seg. Jeg tror dette var en god posisjon å ha. Jeg hadde autoritet nok til at de følte at de måtte svare på spørsmålene, men var på samme tid også ung nok til å kunne relatere meg til dem, og dermed gjøre det lettere for dem å åpne seg.

Jeg inntok ikke rollen som den tause forsker, men prøvde å holde samtalen flytende uten for lange pauser. Hvis informantene kom inn på et tema jeg synes var interessant ba jeg han eller henne om å fortelle mer om det temaet, gjerne ved å spørre hva de synes om det, hvorfor de mente akkurat det og lignende. Det var viktig at jeg hele tiden var oppmerksom og fokusert nok til å se når det kunne lønne seg å be informantene utdype og når det var viktig å styre informantene tilbake til riktig spor. I noen tilfeller klarte jeg det bra, i andre tilfeller har jeg innsett under transkriberingen at jeg burde ha bedt informantene utdype mer. Jeg måtte også vurdere hvilken rolle jeg skulle spille ut ifra hvordan informantene taklet selve intervju situasjonen: Noen intervjuer ble løse samtaler hvor informantene trengte enkle styringer for å holde seg til temaet, mens andre ble mer intervju preget da informantene var mer reservert og kortfattet.

Min tilstedeværelse spilte selvfølgelig stor rolle for intervjuene, og selv om jeg i stor grad forsøkte å holde meg objektiv og la informantene svare det de ville, kan jeg ikke se bort fra at på visse spørsmål så svarte informantene det de trodde jeg ville høre. Jeg la også i ettertid merke til at i flere av tilfellene motsa informantene seg selv underveis i intervjuet. Der de kanskje tidligere i intervjuene svarte negativt på et spørsmål, skiftet dette svaret senere til positivt. I disse situasjonene er det naturlig å tro at informantene i begynnelsen var mer oppmerksom på meg som forsker, og svarte det de trodde jeg ville høre eller det de trodde var det ”riktige” å svare, mens de senere i intervjuene hadde blitt mer avslappet og dermed turte å åpne seg mer. Det motsatte er også mulig, at informantene etter hvert som de forstår meningen med intervjuet svarer det de tror intervjueren ønsker å høre. Dette merket jeg derimot lite til, og satt som oftest igjen med følelsen av at jo lenger ut i intervjuene jeg kom, jo mer åpnet informantene seg. Jeg ser i ettertid at jeg burde ha fanget opp disse motsetningene i intervjuene og forhørt meg nøyere om dem.

3.5 Etterarbeid og analyse

Hvert intervju ble tatt opp på bånd og senere transkribert. Transkriberingen ble gjort slik at alt ble direkte skrevet inn slik informantene selv sa det. Sitatene som blir brukt i oppgaven har

derimot blitt renvasket, hvilket vil si at småord som ”øhm, altså, da” og lignende blir fjernet. Sitatene har blitt nøye gjennomgått slik at ingen av informantene skulle bli tillagt meninger de ikke har eller skal kunne gjenkjennes på bakgrunn av uttalelsene. Jeg har vært forsiktig med å bruke sitater hvor en informant avslører familie, navn eller lignende som kan gjøre det mulig å finne ut hvem informanten er. I disse tilfelle har jeg enten utelatt sitatet helt og skrevet det om med mine egne ord, eller at den spesifikke informasjonen er utelatt fra teksten.

Det viktigste verktøyet for meg i analysedelen var disse transkripsjonene. Jeg hadde vært veldig nøye med å transkribere hvert intervju ordrett, og også i flere tilfeller lagt inn små notater om den oppfattede sinnsstemningen til informanten. Som nevnt tidligere er sitatene som blir brukt i oppgaven retusjert, men jeg retusjerte ingenting i selve transkripsjonene. Dette er fordi det er viktig å ha en så utfyllende transkripsjon som mulig, for at en skal kunne tolke dataene på en måte mest mulig tro mot informantene (Patton 2002:441). Jeg hadde ikke noe ønske om å tilegne informantene meninger, og derfor var det viktig at jeg hadde en “hard” kopi av intervjuet som var transkribert nøyaktig slik intervjuet gikk for seg. Jeg gjorde også all transkripsjonen selv. Dette gjorde at jeg ble bedre kjent med informantene noe som deretter førte til at jeg kunne behandle dataene på en mer helhetlig måte.

3.5.1 Analyseprosessen

Analyse blir ofte brukt som et verktøy for å finne en helhet ut fra små biter, og for få disse bitene til å gi mening (Patton 2002:432). Analyse av kvalitative data kan by på mange utfordringer da det ikke foreligger strenge krav til hvordan analysen skal utføres og det per dags dato er mange forskjellige metoder og teknikker å bruke (Jensen 2002:245). Dette medfører at det blir lagt større ansvar på den som utfører analysen om å behandle dataene sine på en rettferdig måte og det krever at analytikerens bruker sitt fulle intellekt i prosessen (Patton 2002:433).

I følge John Seidel (1998) består kvalitativ analyse i hovedsak av tre deler. Å *legge merke til* (*noticing*), å *samle* (*collecting*) og å *tenke over* interessante tema. Han argumenterer for at denne prosessen ikke er lineær. Prosessen går stadig i sirkler og hopper fra det ene punktet til det andre. Dette støttes av Jensen som forklarer at det som skiller kvalitativ analyse fra annen analyse er det faktum at nøkkelkonsepter og mindre bestanddeler blir definert og redefinert under hele prosessen (2002:245). Seidel (1998) understreker at selv om enhver kvalitativ

analyse kan deles inn i disse tre enkle begrepene er den preget av å være kompleks. Han mener at det viktigste er å huske disse enkle begrepene fordi det vil hjelpe arbeidet med fremover.

Under selve analyseprosessen holdt jeg et sitat fra Patton som en grunnstein for min dokumentasjon av analysen: ”Analysts have an obligation to monitor and report their own analytical procedures and processes as fully and truthfully as possible” (Patton 2002:434). Og det er dette jeg prøver å gjøre i denne delen av oppgaven. Jeg argumenterer ikke for at mine data eller mine analyser av disse dataene er den eneste sannheten om dette temaet, men resultatene er kvalitetssikret gjennom metodisk analyse. Som nevnt i kapittel 3.1 vil mine analyser og konklusjoner være farget av meg som forsker, men jeg har til en hver tid strebet etter å holde meg tro til mitt forskningsmateriale.

Med bakgrunn i min empiri vil jeg i denne oppgaven prøve å belyse mitt valgte tema og å tilføre diskursen om sosiale medier og personvern enda mer informasjon. Mine data er et bilde på hvordan et sett med ungdommer stiller seg til Facebook, deling og personvern. Selv om dataene ikke kan brukes som en målestokk for hele Norge er det likevel interessante data som kan bidra i diskusjonen omkring Facebook. Dette er fordi mine intervjuer både bekrefter og går imot tidligere funn.

Siden alle informantene mine gikk i samme klasse var jeg før intervjuene bekymret for at resultatene mine ville bli veldig homogene og at jeg ville ende opp med intervjuer som i bunn og grunn var veldig like. Denne bekymringen visste seg å være unødig, da informantene var forskjellige og ga meg gode innblikk i ulike tankesett.

For min egen del var analyseprosessen preget av å være en repeterende fase, hvor jeg ofte gikk tilbake til selve intervjuet for å forsikre meg om at jeg hadde transkribert riktig, eller for å få et innblikk i sinnsstemningen til informanten. Jeg måtte også flere ganger gå igjennom transkriberingene, da jeg underveis i prosjektet ble obs på nye sammenhenger eller fikk nye tanker og ideer. Jeg prøvde å finne sammenhenger og trender i de forskjellige intervjuene, i tillegg til at jeg prøvde å finne ut om et spesielt trekk gjorde seg gjeldende andre steder i intervjuet, for eksempel om det var sammenheng mellom antall venner og hvor mye informanten delte.

Å analysere et intervju som er utført på bakgrunn av en intervjuguide eller et semistrukturert intervju er en krevende prosess, fordi spørsmålene ikke alltid kommer i samme rekkefølge i slike intervjuer. Dette gjør arbeidet med å dele intervjuer inn i små deler vanskeligere. I strukturerte intervjuer, der en følger en fastlagt mal hele veien, er det lettere å kunne kategorisere de forskjellige delene av intervjuet for deretter å sammenligne de forskjellige svarene. Jeg prøvde meg likevel på en lignende strategi.

3.5.2 Koding av intervjuene

Jeg tilnærmet meg intervjuene på to måter. Den ene måten gikk ut på at jeg gikk igjennom intervjuene og plukket ut de spørsmålene og temaene som jeg følte var de mest vesentlige for oppgaven. Deretter fordelte jeg svarene til de forskjellige informantene inn i et skjema. Dette skjemaet var viktig for å kunne sammenligne informantene ved å se hvilke svar gikk igjen og om det eventuelt var noen svar jeg trodde ville være tilstede, men som ikke var nevnt i det hele tatt. Metoden jeg brukte var en slags puslespillmetode (Seidel 1998). Jeg gikk igjennom hvert intervju og “kodet” de forskjellige svarene jeg hadde fått. Liknende svar fikk lik kode, og det gjorde det enkelt for meg å se trender og også hvilke koder som var unike. Et eksempel er hvordan flere av informantene snakket om bruk av Facebook og oppmerksomhet. Ved å bruke samme kode på avsnittene, så jeg for eksempel fort at mange av intervjuene inneholdt avsnitt om Facebook og oppmerksomhet.

Denne kodingen brukte jeg senere som et verktøy for å finne deler som i et puslespill og sette dem sammen til en ny helhet. Ved hjelp av skjemaet holdt jeg også oversikt over hvilke av informantene som hadde sagt hva.

Siden intervjuene mine var samtalepreget og ikke fulgte en helt fastlagt struktur var det et stort arbeid å gå igjennom hver transkripsjon og finne de forskjellige svarene. I noen tilfeller så jeg også at jeg hadde oversett enkelte spørsmål slik at informantene rett og slett ikke hadde svart på dem. Dette er en av farene ved å bruke den intervjumetoden jeg benyttet meg av, men jeg følte at det var viktigere for meg å kunne hente ut rike beskrivelser og historier enn at alle informantene svarte på nøyaktig de samme spørsmålene. Kvalitativ forskning og analyse består ikke av å finne ut hvor mange prosent som svarte ja eller nei på et spørsmål, men derimot å kunne komme dypere innpå sine informanter og kunne komme frem til

tankeprosessen bak en handling. Derfor var det også viktig for meg at jeg ikke bare sammenlignet informantene, men jobbet med dem enkeltvis også.

Den andre metoden jeg brukte var å analysere hvert intervju separat. En mister mye av rikdommen fra et intervju ved å plassere et forkortet svar i et skjema. Det var viktig for meg å ha oversikt over informantene mine som enkeltenheter i tillegg til at jeg kunne behandle dem som en del av en større helhet. Ved å analysere hvert enkelt intervju separat kom jeg nærmere på hver enkelt person, og det ble lettere for meg å sette meg inn i hva som var tankeprosessen bak hvert enkelt svar.

Med andre ord så startet jeg analysen med å analysere på tvers av hvert intervju og finne generelle likheter og ulikheter. Deretter tok jeg for meg hvert intervju separat, kategoriserte informantene og fikk et bedre bilde på hvert enkelt intervjuobjekt. Etter dette gikk jeg tilbake igjen til analysen på tvers, fordi jeg ville se på de generelle likhetene eller ulikhetene med nye øyne etter å ha blitt bedre kjent med hver informant. Denne metoden å jobbe på kan også minne om cross-case-analyse. Cross-case-analyse er kort fortalt å sammenligne forskjellige caser og prøve å finne likheter, forskjeller og muligheten for å klassifisere casene i diverse familier. Målet med cross-case analyse er å se prosesser og utfall i forhold til mange forskjellige caser, for å finne ut hvordan de er påvirket av lokale forhold og deretter utvikle mer sofistikerte beskrivelser og sterkere forklaringer (Miles og Huberman 1994:172). Selv om denne metoden oftere brukes på større studier, er det store likheter mellom hvordan jeg har jobbet og hvordan en jobber med cross-case-analyser, siden jeg både satt meg inn i hvert enkelt intervju men også sammenlignet intervjuene på tvers.

I selve analysedelen var jeg påpasselig med å ikke bare lete etter empiri og sitater som støttet opp under mine hypoteser, men også å være på jakt etter de resultatene som stod i kontrast til hypotesene mine.

4. Kategorisering av informantene og de store temaene.

I denne delen vil jeg presentere og kategorisere informantene, i tillegg til å gi en rask gjennomgang av noen av de store temaene fra intervjuene.

Av de ti personene jeg intervjuet var en 16, mens resten var 17 år. Det varierte hvilken type bruker de så på seg selv om. Noen kalte seg ivrige og avhengige, mens andre beskrev seg som moderate og passive brukere. Felles for alle unntatt en var at de var innom Facebook daglig, mange av dem i opptil flere timer for dagen. Jeg har valgt å kategorisere dem i 3 hovedkategorier og deretter gitt dem ulike betegnelser på bakgrunn av hvordan de forklarte bruken av Facebook under intervjuet. Ut ifra hvor ofte informantene var innom Facebook laget jeg tre hovedkategorier; de *ivrige* var de som var innom Facebook flere ganger for dagen, de *moderate* var innom en gang daglig, mens de *beskjedne* var innom et par ganger i uken.

Fordelingen ble da slik:

Ivrige: Anja, Eirin, Hans, Brede, Christine, Grethe

Moderate: Jon, Dag, Iselin,

Beskjedne: Frank

Innad i de forskjellige hovedgruppene var forskjellene mellom informantene store. Blant de ivrige var for eksempel både den informanten med flest venner og den med minst venner på nettstedet. Jeg så lite tendenser som gikk igjen på bakgrunn av hvor mye de brukte Facebook, som for eksempel at selv om brukerne ofte var innom Facebook, betydde ikke nødvendigvis det at de delte mer informasjon enn de andre. Betegnelsene som informantene har fått er laget på bakgrunn av noe de selv fokuserte på under intervjuene og skal gi et førsteinntrykk av de forskjellige informantene og være en måte å gjøre det lettere å skille dem fra hverandre på.

4.1 De ivrige – innom Facebook flere ganger for dagen

Anja – Kontaktholderen.

Anja kan ofte være pålogget Facebook lenge og snakke med venner. Hun fremhever at hun liker å holde kontakten med gamle venner og har venner i mange forskjellige miljøer. Anja legger bare selv til personer hun kjenner, men hvis hun får en venneforespørsel fra noen hun

vet hvem er godtar hun forespørselen. Hun er nøye på hva hun deler, både av statusoppdateringer og bilder. Hun liker å lese morsomme statusoppdateringer, men ikke kjedelige statuser om hverdagslige ting. Anja har modifisert personverninnstillingene, men synes det var vanskelig og vet ikke helt hvordan de fungerer. Hun liker ikke at andre legger ut bilder hun ikke vil ha på nettstedet; hun ordnet dette ved å fjerne taggen fra bildene og synes det var godt nok fordi fremmede ”skal jobbe ganske heftig før de finner ut [at det er henne på bildet]”.

Eirin – Den positive

Eirin bruker Facebook opptil flere timer hver dag. Hun er innom ved enhver anledning. Hun er veldig positiv til Facebook, og forklarer at hun liker det meste ved tjenesten. Hun betegner seg selv som en nysgjerrig person som liker å kikke på andre sine profiler og spesielt bildene deres. Faren hennes er på Facebook og det liker hun ikke, men hun vil ikke fjerne han som venn, fordi hun mener det vil være innrømmelse av skyld. Faren har også snakket med henne om bruken av Facebook, og hun har på bakgrunn av det blitt mer forsiktig og legger ut mye mindre informasjon (spesielt bilder) nå enn hun gjorde tidligere. Eirin la tidligere til venner av venner, men nå er kriteriet at hun må ha sett personen før. Derimot trenger hun ikke å ha snakket med personen. Likevel har hun lagt til kjendiser som deltakere fra Paradise Hotel og X-Factor. Hun har forandret personverninnstillingene til ”bare venner”, som betyr at bare de på vennelisten kan se informasjonen på profilen hennes og synes ikke innstillingene var vanskelige å sette opp.

Hans – Den avhengige

Hans må sjekke Facebook minst 5-6 ganger for dagen. Han vet ikke hvorfor, men får angst hvis han ikke sjekker. Likevel legger han selv ut lite informasjon og bruker mesteparten av tiden til å se på hva andre gjør. Det han evt. legger ut er morsomme bilder eller statusoppdateringer. Hans godtar de fleste som legger ham til og bryr seg ikke om han kjenner dem eller ikke. Han synes ikke han har noe å skjule på Facebook, men liker ikke når andre legger ut bilder av han. Personverninnstillingene er satt til ”bare venner”, men han synes det var vanskelig å finne de.

Brede – Den reserverte

Brede er innom Facebook hver dag, og har Facebook åpent mens han gjør andre ting. Han er streng på hvem han legger til som venn, og vil bare ha venner som han føler seg trygg på å

dele informasjon med. Brede er den av informantene med lavest venneantall på Facebook. Han deler ikke mye personlig informasjon, mer morsomme statusoppdateringer og linker. Når han legger ut noe er han oppmerksom på hvem han deler til, og deler fordi han vil at andre skal se det han legger ut. Han er en reservert person og liker ikke å dele mye informasjon med mange, og har derfor redigert personverninnstillingene til ”bare venner” og er streng på hvor mye informasjon han deler.

Christine – Den useriøse

Christine logger på Facebook hver dag, og har det ofte oppe i bakgrunnen, både på skolen og hjemme. Hun bruker Facebook i hovedsak for å snakke med folk. Statusoppdateringene henne er ofte ”tullete og rare” og hun liker å komme med useriøse kommentarer på andre sine bilder eller statuser. Likevel er kontaktinformasjonen på selve profilen seriøs. Hun legger ikke til foreldre som venner fordi hun ikke vil at de skal kommenterer på statusene hennes. Christine godtar venneforespørsler fra de fleste eller folk hun vet ”sånn halvveis hvem er” og har størst venneantall på Facebook av informantene. Hun legger ut informasjon fordi hun synes det er gøy og tenker ikke igjennom hva hun legger ut. Personverninnstillingene er ikke forandret fra standardoppsettet og hun har ikke tenkt noe særlig over det.

Grethe – Chatteren

Når Grethe er inne på Facebook pleier hun å se på bilder eller snakke med folk og hun synes det er gøy å følge med på hva andre gjør. Det er for det meste chatten hun bruker, og hun legger ut få statusoppdateringer. Hun godtar venneforespørsler fra folk hun vet hvem er selv om hun ikke har snakket med dem, men sender ikke forespørsler til de selv. Grethe synes ikke at det er bra å ha for få venner på nettsiden, men heller ikke for mange venner. Hun mener selv at hun ligger på et helt normalt nivå. Når hun legger ut noe er det først og fremst ment for de nærmeste vennene. Hun er klar over at resten kan se informasjonen, men hun tror ikke de bryr seg. Hun liker ikke at folk legger ut bilder av henne uten å spørre og har opplevd at folk har nektet å slette bilder hun har bedt de om å slette. I forhold til personverninnstillingene var det tanten som forandret de til ”bare venner” og hun har selv aldri vært inne på siden.

4.2 De moderate – innom Facebook en gang for dagen

Dag – Den negative

Dag liker egentlig ikke Facebook fordi han ikke føler at han får noe ut av å bruke det. Likevel sjekker han siden daglig fordi det er blitt en vanesak å gå innom der. Mye av tiden på Facebook bruker han på spill som krever at han er innom hver dag. Han føler nesten at han blir tvunget til å gå innom, og synes det er irriterende at han er blitt så avhengig av Facebook. På den positive siden liker han at tjenesten gjør at han føler seg en del av et nettverk og at han holder seg oppdatert på vennene sine. Han har blitt lei av de mange oppdateringene fra vennene sine og har derfor blitt mer streng med hvem han legger til. Dag tror ikke at man blir kjent med fremmede gjennom Facebook, og legger derfor bare til de han kjenner fra før av. Han har ikke lagt til moren fordi han har videoer på Facebook som han ikke vil at hun skal se. Dag har ikke vært innom personvernssiden, han sier han er ”dårlig teknisk”, og stoler på at informasjonen som ligger ute om han ikke blir misbrukt. Hans mest positive opplevelse var da han fikk gode tilbakemeldinger på et bilde.

Jon – Den giddeløse

Jon bruker mye av tiden til å se på bilder eller snakke med folk. Han synes Facebook er et bra sted for å holde kontakt med folk, og har opplevd å bli bedre kjent med folk han har lagt til som venner. Han deler lite informasjon og følger mer med på hva andre gjør. Han har ikke orket å oppdatere profilen sin og har mye gammel informasjon der inne. Han har lagt ut bilder for å få tilbakemeldinger. Det han legger ut deler han fordi han har lyst, og han tenker lite igjennom hvem som har tilgang til det. Dag bruker sitt ekte navn og har bilde av seg selv på profilen for å vise at det er hans profil. Han har ikke skiftet på personverninnstillingene fordi han ikke visste hvordan han kunne gjøre det, og har ikke ”giddet å sette [seg] inn i det”.

Iselin – Tidsfordriveren.

Iselin var først imot Facebook, men nå liker hun tjenesten. Hun bruker Facebook i stor grad som tidsfordriv når hun kjeder seg. Hun synes likevel hun bruker litt for mye tid der inne, og at det i mange situasjoner er distraherende. For å legge til noen som venn må hun ha snakket med en person flere ganger. Tidligere la hun til alle som la henne til, men nå har hun blitt mer streng. Hun legger ut bilder, skriver statusoppdateringer, linker og lignende. Når hun legger ut noe vil hun at de nærmeste vennene skal se det. Hun er nøye med hva hun legger ut fordi hun

ikke vil at det skal oppstå problemer på bakgrunn av noe hun har delt. Iselin har forandret personverninnstillingene til ”bare venner” og synes ikke de var vanskelige å sette opp.

4.3 De beskjedne – innom Facebook et par ganger i uken

Frank – Den bekymrede

Frank er den av informantene som bruker Facebook minst tidsmessig. Han bruker Facebook for å vise andre hvem han er og hva han gjør på i fritiden. Han legger bare til de han har snakket med og har møtt før, men det er ikke nødvendigvis personer han tilbringer mye tid sammen med til hverdags. Når han legger ut noe er det ikke av intern art – han vil at alle vennene hans skal se det han deler. Han tenker nøye igjennom alt han legger ut. Frank vil ikke legge ut familiebilder, fordi han ikke vil ha kommentarer på dem. Han har ikke forandret personverninnstillingene selv, men fikk en annen til å gjøre det for ham. Han er bekymret for å få stygge kommentarer eller å bli hånet inne på siden. Han er også aktiv med å fjerne ting på profilen som han ikke liker, for eksempel kommentarer andre har kommet med, fordi han vil at profilen skal fremstå som nøytral.

4.4 Oppsummering

Kort oppsummert var det både likheter og forskjeller mellom informantene. For eksempel publiserte noen av dem informasjon uten å tenke nøye igjennom det (for eksempel Christine), mens andre tenkte nøye igjennom hva de la ut (Frank). Noen brukte Facebook fordi de synes det var artig, mens andre brukte Facebook mer fordi det var blitt en vanesak. Videre brukte informantene Facebook mye i hverdagen og med unntak av Frank var de alle innom Facebook minst en gang for dagen. Et annet eksempel er hvordan informantene var uenige i kriteriene for å legge til en person som venn. De rangerte fra ”alle som sender forespørsler” til ”må ha sett personen før” og videre til ”må kjenne personen godt” (med unntak av noen kjendiser). Det var også stor forskjell mellom informantene når det gjaldt antall venner på tjenesten: Christine hadde flest med ca. 600 venner, og mens Brede hadde minst med 68. Ellers hadde resten rundt 200-300 venner. Informantene var med andre ord ulike i bruken av Facebook. Likevel var det mulig å se flere store sammenhenger etter intervjuene.

4.5 De store temaene

Hvis vi sammenligner intervjuene og ser på de store linjene er det mulig å se flere temaer som peker seg ut. Jeg vil ikke gå nøye igjennom hvert tema, men gi en rask oppsummering av noen interessante syn som ble fremtredende under intervjuene. Disse temaene vil bli videre behandlet i egne kapitler senere i teksten.

For informantene var det punktet om å holde kontakt med venner og å sosialisere seg med andre gjennom Facebook som var den store fellesnevneren, og som ble fremhevet som det positive ved Facebook og grunnen til at de brukte tjenesten. Dette samsvarer med andre studier som har funnet at det å holde kontakt med venner er hovedgrunnen til å bruke Facebook (Pempek, Yermolayeva og Calvert 2009). Det negative ved nettsiden var knyttet opp mot stygge kommentarer, mobbing og at folk la ut bilder av dem som de ikke likte,.

Informantene mente i stor grad at Facebook var et offentlig sted, selv om de hadde lukket profilen til ”bare venner”. For meg var det spesielt interessant å vite hvorvidt informantene hadde forandret personverninnstillingene, og det hadde syv av informantene gjort. Dette viser en stor økning i forhold til tidligere studier (Gross og Acquisti 2005), men samsvarer med senere studier om Facebook og personvern (Madden og Smith 2010). Alle som hadde forandret dem hadde satt dem til ”bare venner”, men flere, både de som hadde forandret innstillingene og de som ikke hadde gjort det, klaget over at innstillingene var vanskelig å finne, noe også Brandtzæg og Lüders (2009) avdekket under sine intervjuer.

Profilene inneholdt i stor grad ekte og utfyllende informasjon om informantene. Alle hadde bilder av seg selv, og alle brukte sitt ekte navn. Det ble forklart at det var viktig at informasjonen på profilen var ekte, fordi profilen var et bilde på brukeren. Informantene forklarte også at de delte informasjon (for eksempel bilder eller statusoppdateringer) for å få tilbakemeldinger, fordi de kjedet seg eller rett og slett fordi det var gøy å dele.

I kapitlene som følger vil jeg gå nøye igjennom og gi mer utfyllende analyse av temaene fra intervjuene og dermed lære mer om hvordan informantene forholder seg til Facebook. Jeg vil også vise til hvordan funnene fra mine informanter både samsvarer og avviker fra tidligere forskning.

5. Hvorfor bruke sosiale nettverkstjenester

Selv om mennesket som art har utviklet seg forbi andre dyrearter deler vi fremdeles en del attributter med andre dyr, og et av dem er flokkmentaliteten. Vi liker å gjøre det samme som det andre rundt oss gjør og til en viss grad kan en faktisk si at vi hermer eller imiterer andre personer sin oppførsel. Når en skal diskutere hvorfor mennesker velger å imitere andres oppførsel er det flere effekter som gjør seg gjeldende, den ene og mest interessante i denne sammenhengen er nettverkseffekten. Et eksempel på en slik nettverkseffekt er når en person oppnår en fordel ved å utføre samme handling som det andre gjør. En spesifikk nettverkseffekt kalles positiv nettverkseksternalitet og denne effekten er når nytteverdien til et produkt øker jo flere som har dette spesifikke produktet (Easley og Kleinberg 2010). En naturlig situasjon hvor en slik nettverkseffekt opptrår er ved adaptasjonen av teknologi hvor samhandling eller kommunikasjon med andre er viktig, og det mest brukte eksemplet er telefonen. Hvis det bare var en person i hele verden som eide en telefon hadde nytteverdien til denne vært lik null, men jo flere som har det og jo flere en kan ringe, jo større er verdien. Det samme gjelder for sosiale nettverkstjenester. Facebook hadde ikke vært interessant å bruke hvis det bare var en person som brukte det.

I tillegg til å benytte seg av prinsippene for positiv nettverkseksternalitet er det viktig for et produkt å oppnå kritisk masse. ”The critical mass occurs at the point at which enough individuals have adopted an innovation so that the innovation’s further rate of adoption becomes self-sustaining”, hevder Rogers (1995:313). Kritisk masse oppnås når en innovasjon får så mange brukere at veksten fortsetter av seg selv. Klarer ikke en innovasjon å nå dette punktet, vil den ofte dø ut. I kapittel 2 nevnte jeg flere tidligere sosiale nettverkstjenester som ikke klarte å oppnå kritisk masse og som deretter har forsvunnet. Et nyere eksempel er Google sin sosiale nettverkstjeneste Buzz som selv med en lovende start og en allerede enorm brukermasse (siden alle med en Gmail-konto fikk en Buzz-konto), likevel aldri klarte å bli noe mer enn et enormt pengesluk for Google (Hill 2010). Det var ikke nok at så mange hadde tilgang til systemet, siden få faktisk brukte det. Derimot vil nok mange påstå at Facebook har oppnådd kritisk masse i Norge, og informantene ga meg få grunner til å tvile på den påstanden. I hovedsak forklarte alle informantene at de begynte å bruke Facebook fordi ”*alle andre brukte det*”.

Mennesker er sosiale dyr av natur (Johnson 2001). Vi liker å holde oss i nærheten av andre mennesker, og bosetter oss oftere i byer med høy befolkningstetthet enn i småbygder eller på ”landet”(Miljølære 2010). De fleste mennesker har i løpet av livet opparbeidet seg komplekse og store sosiale nettverk, og det å skulle håndtere alle disse menneskene kan være vanskelig (Johnson 2001). I flere tilfeller kan det ofte ende med at de personene en ikke har daglig kontakt med forsvinner ut av nettverket. Forskning viser derimot at mennesker har funnet en måte å opprettholde sosiale bånd, også der avstand har blitt et problem, nemlig ved hjelp av nettopp sosiale nettverkstjenester. Lampe et. al (2006) fant i sin undersøkelse at hovedbruken som ble assosiert med sosiale nettverkstjenester var å holde kontakten med både gamle og nye kjente, noe som også har blitt bekreftet i senere forskning (Joinson 2008; Pempek, Yermolayeva og Calvert 2009). Derfor var det ikke overraskende for meg at mine informanter også forklarte at en av de viktigste aspektene ved Facebook var at de kunne bruke tjenesten til å holde kontakt med personer de kjente.

I dette kapittelet vil jeg gå igjennom noen av de forskjellige grunnene jeg fikk oppgitt til hvorfor informantene brukte Facebook og hva de gjorde når de var innom tjenesten. Selv om de to punktene som jeg nevnte i innledningen dominerte under intervjuene, altså at informantene begynte å bruke Facebook fordi de trodde alle vennene brukte tjenesten og at de brukte tjenesten for å holde kontakt med folk, var det også andre temaer som var interessante og som også vil bli gjennomgått. Grunnen til at jeg går igjennom disse punktene er fordi det er viktig å få en forståelse av hvorfor informantene bruker Facebook og hva de bruker Facebook til, før vi kan se nærmere på hvorfor de deler informasjon og hvorvidt de beskytter denne informasjonen.

5.1 Holde kontakten med nære og fjerne

I 2009 svarte 85% av representantene i en spørreundersøkelse at de brukte Facebook for å holde kontakt og kommunisere med vennene sine, og at det å kunne komme i kontakt med venner eller å pleie eksisterende forhold var de mest interessante delene av systemet (Pempek, Yermolayeva og Calvert 2009). Derfor var det ikke overraskende at også mine informanter fokuserte på det å holde kontakt med venner når de snakket om bruken av Facebook. Anja nevnte at hun brukte Facebook for å kunne snakke med vennene sine som kanskje ikke bodde på samme sted som henne:

Jeg synes det er fint, siden jeg har flyttet en del, at du kan holde kontakten med folk som er langt vekke. De du går i klasse med snakker du jo med til vanlig. Men for eksempel for folk som det er lenge siden du har sett, eller ikke ser så ofte fordi de bor så langt vekke, er Facebook egentlig en veldig koselig måte å holde kontakten med dem.

Anja hadde flyttet mye under oppveksten, og det å ha funnet en måte å holde kontakten med vennene på en enkel måte, verdsatte hun høyt.

Hans brukte Facebook som en slags kontaktbok, og mente det var en ypperlig måte å holde oversikt over vennene på. ”For eksempel hvis jeg ikke har telefonnummeret til noen og trenger det, så går jeg bare rett inn på Facebook så ligger all informasjonen der. [...] Du har liksom god oversikt over kontaktene dine der”. Jon var også innom samme tanke da han forklarte at han ikke lenger måtte finne telefonnummer og lignende for å kunne ta kontakt med noen, han kunne bare finne dem på Facebook og ta kontakt der. Christine fremhevet at en av fordelene med Facebook var at det var mye enklere å ta kontakt med folk der og at hun ofte kunne holde kontakt med personer hun ellers ikke snakket så mye med. Hun forklarte at det var mye lettere å bare legge igjen en beskjed til noen der inne istedenfor å ringe dem.

Ifølge Boyd (2008) er dette en av grunnene til at sosiale nettverkstjenester som Facebook og MySpace har blitt så populære, nettopp fordi at sidene fremmer sosialisering mellom eksisterende venner. Det at tjenesten er så populær har også en direkte sammenheng med hvorfor tjenesten tiltrekker seg nye brukere, og det var også tydelig da informantene skulle forklare hvorfor de hadde begynt å bruke Facebook.

5.2 Å Være en del av et fellesskap

Selv om det varierte hvor lenge informantene hadde brukt Facebook var de samstemte i hvorfor de hadde begynt å bruke tjenesten; En gjenganger i intervjuene var nemlig mantraet ”*Alle andre brukte det*”. Frank opplevde det i tillegg som at vennene hans presset ham til å begynne ved gjentatt masing på han. Flere av de andre informantene forklarte også at gruppepress hadde hatt stor betydning for at de begynte å bruke Facebook, da de følte at det var viktig å være tilstede på nettsamfunnet. Brede forklarte det på denne måten:

Det er et veldig stort miljø på Facebook her i klassen og for å få vite ting som kommer til å skje og sånt så er det veldig viktig å ha det. Men så har det jo utviklet seg mer etter hvert, til å bli mer sosialt, mer enn bare avtaler.

Iselin hadde i utgangspunktet vært imot Facebook, men hun synes det så ut som at alle andre som brukte det hadde det så gøy på Facebook at hun selv til slutt begynte å bruke det. Selv om hun ikke ble bergtatt av nettsamfunnet, brukte hun det fremdeles. Hun forklarte at det hadde blitt en vanesak.

Dette er en direkte gjengivelse av grunnene som boyd (2008) fikk da hun spurte tenåringer om hvorfor de brukte MySpace: *Fordi det var der vennene var*. boyd mener at den typiske måten ungdom begynner å bruke en sosial nettverkstjeneste (i hennes tilfelle MySpace) er fordi de lærer om systemet av en venn eller fordi en venn inviterer dem. Andre studier har også kommet frem til at det er nærværet av andre, spesielt venner, som er hovedgrunnen til at folk begynner å bruke Facebook (Chiu, Cheung og Lee 2008). Det som kan konkluderes ut fra dette er at det er tydelig at folk begynner med Facebook fordi de vil holde kontakten med vennene sine og for å være en del av samfunnet på disse sidene.

Å være del av et felleskap er for mange viktig. I tidligere kulturer var felleskap ofte stedsdominert, og flere teoretikere som for eksempel Max Horkheimer mener at fellesskapet i det moderne samfunnet har forfalt og at det å involvere seg i andres liv er blitt en bagatell på fritiden (Giddens 1997:86). På den annen side mener Claude Fischer at det moderne samfunnet åpner for nye former for felleskap, mens Giddens mener at felleskap som et stedsdominert fenomen i stor grad har forsvunnet. Han mener at felleskap nå kan skapes på tvers av steder (Giddens 1997:87). Shirky (2002) beskriver et samfunn som et "sted" hvor personer sender eller mottar meldinger og er knyttet til hverandre. Han mener også at det ikke er mulig å bli del av et samfunn uten å ha et gjensidig forhold med i alle fall noen av medlemmene av samfunnet. Dette er en ganske presis beskrivelse av sosiale nettverkstjenester, og da spesielt Facebook. Flere av informantene betegnet det å være på Facebook som å være en del av et samfunn, som en del av et felleskap. Avstand var ikke lenger noe problem, de kunne likefullt være en del av et felleskap selv om resten av gjengen bodde på andre siden av landet. Som for eksempel Anja som jeg snakket om i kapittel 5.1 som holdt kontakten med venner fra andre deler av landet. Hun var en del av det fellesskapet med sine gamle klassevenner selv om bodde i en annen by. Dag fokuserte også på tilhørigheten han fikk av å bruke Facebook. Han følte seg som en del av en gjeng, og at han gjennom bruken fikk aksept i gruppen. Han argumenterte for at han følte seg oppdatert og at han gjennom å bruke Facebook ikke gikk glipp av noe. Det å være en del av et "samfunn" eller en gjeng har vært viktig også i tidligere kulturer, der det ofte var et stort skille mellom de innenfor og de

utenforstående eller fremmede (Giddens 1997). Denne tendensen så jeg også hos mine informanter der det fort ble tydelig at ingen av dem ønsket å være den utenforstående og at det var viktig for dem å ta del i det samfunnet de oppfattet at Facebook representerte.

5.3 Tidsfordriv, nysgjerrighet og kommunikasjon

Selv om det å holde kontakten med vennene var det som ble vektlagt mest, var det likevel flere andre sider ved Facebook som informantene likte og flere aspekter informantene fremhevet som viktige ved Facebook. Facebook ble betegnet både som et sted å ”henge”, en del av den daglige rutinen, et sted å finne informasjon om vennene, en måte å kommunisere med vennene på og som et verktøy i skolesammenheng.

5.3.1 Tidsfordriv

Grethe nevnte at hun så på bruken av Facebook som tidsfordriv. Hun følte at det var en fin måte å følge med på hva som skjedde i hverdagen, i tillegg til at hun hadde noe å gjøre på når hun kjedet seg. Facebook hjalp henne også mer spesifikt med å ha oversikt over når folk hadde bursdager. Iselin mente også at Facebook var blitt et tidsfordriv for henne ”Jeg har rett og slett ikke noe bedre å gjøre.” boyd (2008) peker på at ungdom som kjeder seg kan være en plausibel forklaring på hvorfor de bruker så mye tid på sosiale nettverk. Hun argumenterer for at slike sosiale tjenester blir sett på som underholdning, og at brukerne får tiden til å gå mens de får et innblikk i hva som skjer i samfunnet rundt dem. Teorien til boyd er nok beskrivende for flere av mine informanter, da mange av dem gav uttrykk for at de ”bare hang der”. De brukte flere timer daglig til å være pålogget Facebook, uten å kunne forklare nøyaktig hva de egentlig gjorde der inne. Dette fenomenet ble beskrevet godt av Dag da han skulle forklare hvorfor han brukte Facebook. Han mente at han egentlig ikke hadde noe behov for å bruke det og at han ikke fikk noe utav bruken. Men det hadde blitt en vanesak for ham. Å gå innom Facebook var en del av den daglige rutinen, og det var det første han gjorde med en gang han fikk en datamaskin i fanget. Pempek, Yermolayeva og Calvert (2009) kom til samme konklusjon da de forsket på hvorfor studenter brukte Facebook. De så at selv i perioder der studentene hadde mye å gjøre, var de likevel innom Facebook daglig. De mente at Facebook hadde blitt en del av hverdagen til studentene – en del av den ”daglige rutinen”, noe også tidligere studier har vært inne på (DiMicco og Millen 2007).

Kanskje store deler av tiden informantene bruker på Facebook blir av dem sett på som tidsfordriv, mens de egentlig uten å være skikkelig klar over det pleier sosiale nettverk? Marc Prensky (2001) teoretiserer om de digitalt innfødte (digital natives) som er den generasjonen som har vokst opp med de nye digitale verktøyene. Denne generasjonen har et annet syn på mediene enn tidligere generasjoner som han betegner som digitale immigranter (digital immigrants). Mine informanter er i høyeste grad den digitalt innfødte generasjonen, og de har vokst opp med datamaskiner og Internett. Når hverdagen deres er preget av multimedia, er det ikke vanskelig å forstå at en tjeneste som Facebook har blitt en del av den daglige rutinen. De er vant med å være oppkoblet på nettet til enhver tid, og flere av dem hadde brukt Facebook siden ungdomsskolen. Facebook er rett og slett blitt stedet hvor ungdommen nå ”henger” og hvor de i tillegg kan holde seg oppdatert på hva som skjer rundt dem.

5.3.2 Nysgjerrighet

Nysgjerrighet var også et moment som gikk igjen under intervjuene og Eirin nevnte at hun ofte søkte etter folk hun kjente på Facebook og sjekket ut profilen deres. Hun likte å finne ut hva vennene drev med eller hadde gjort på den siste tiden. ”Jeg er en veldig nysgjerrig person. Jeg driver og ’facebooker’⁵ andre hele tiden, for å se hva de driver med og hva de har gjort på i det siste.” Lampe, Ellison og Steinfield (2006) refererte til dette som en form for sosial søking (”social searching”) hvor brukere undersøker spesifikke personer som de kjenner ”offline” i en ”online” kontekst, og fant ut at dette var en veldig populær aktivitet på Facebook. Dette kan også hjelpe brukerne å holde oversikt over sine nettverk og derfor øke verdien av sine sosiale nettverk altså sin sosiale kapital (Lampe, Ellison og Steinfield 2006). Sosial kapital er viktig i samfunnet, og det viser seg at individer i grupper med høy sosial kapital generelt sett har bedre helse, bedre humør og også bedre inntekt enn individer i grupper med lav sosial kapital (Shirky 2008). Jon brukte for eksempel Facebook som en måte å finne ut hvem en person var og til å finne igjen personer han ikke hadde sett på lenge. Undersøkelser viser også at det er vanlig at brukerne bruker mer tid på å se på andre sine profiler eller på å lese nyhetsoppdateringssiden, enn å dele selv (Pempek, Yermolayeva og Calvert 2009). Med andre ord bruker folk store deler av tiden sin på sosiale nettverk med å se på andre. Mange brukere på sosiale nettverkstjenester er det jeg velger å definere som ”tause brukere”. De kan være ofte pålogget tjenesten, men de deler ikke mye selv. Flere av mine informanter kan til dels kalle ”tause brukere”, for eksempel Brede, som forklarte at han selv

⁵ Sjekker ut Facebook-profilen deres

delte veldig lite, men var opptatt av det andre delte. Dag forklarte også at han hadde sluttet å skrive statusoppdateringer, men var likevel innom Facebook hver dag og sjekket ut hva som hadde blitt skrevet på tjenesten. Begge guttene var innom Facebook minst en gang for dagen, og selv om de kanskje ikke delte mye selv så var de begge ivrige brukere. Dette viser at det ikke nødvendigvis er en sammenheng mellom hvor ofte brukeren er innom Facebook og hvor mye informasjon brukeren deler, noe som også blir støttet i andre undersøkelser (Young og Quan-Haase 2009). Hvis en ser dette i sammenheng med Pempek, Yermolayeva og Calvert (2009) sin undersøkelse kan dette bety at det ikke nødvendigvis er de som deler mest informasjon om seg selv som oftest er inne på andre sine profiler og ser på informasjonen der. Det kan likefullt være de som aldri kommer opp på nyhetsoppdateringssiden fordi de bare bruker tiden til å se på andre. Med andre ord, selv om du ikke ser dem betyr det ikke at de ikke ser deg.

5.3.3 Kommunikasjon

Brede mente at en av grunnene til at han brukte Facebook var at han kunne kommunisere med et mye større antall mennesker enn andre direkte meldingssystemer som MSN (Windows Live Messenger) og lignende. Når han skrev noe på noen sin vegg så kunne flere enn bare den han skrev det til svare på innlegget. Dette kan sammenlignes med en-til-mange kommunikasjon, som TV eller radio, men hvor brukeren er kringkasteren og ens personlige meninger er innholdet. Pempek, Yermolayeva og Calvert (2009) peker på at å skrive på veggene er nesten som å skrive på et forum hvor en gruppe mennesker kan diskutere en sak. De kom også til konklusjonen om at veggen var den foretrukne måten å kommunisere på og at det forekom dobbelt så ofte som en-til-en kommunikasjon. Dette var derimot annerledes i min undersøkelse der de fleste av informantene fortalte at de i hovedsak benyttet seg av chatten når de skulle snakke med hverandre på Facebook. Likevel er ikke dette overraskende da chatten er en funksjon som har blitt lagt til i etterkant av Pempek, Yermolayeva og Calvert sin undersøkelse, men det er likevel interessant. Studentene i Pempek, Yermolayeva og Calvert sin undersøkelse foretrakk veggen før chatten ble introdusert, selv om de hadde muligheten til å sende private meldinger. Kanskje private meldinger ble sett på som litt for seriøst og i for stor grad minnet om e-post? Ingen av informantene mine fortalte at de brukte de e-post-lignende private meldingene mye, de brukte i hovedsak chatten, som tilbyr umiddelbar kommunikasjon. Chatten ble brukt når de skulle ha tak i noen med en gang, eller de skulle diskutere noe hemmelig, mens ellers skrev de på veggen. Veggen ble mer brukt til enkle

useriøse henvendelser som ikke krevde svar med en gang, eller til å ta kontakt med noen de ikke hadde snakket med på lenge. Her samsvarer informantene mine med Pempek og kollegaenes undersøkelser, der de skriver at en typisk veggpost var en vits eller en måte å komme i kontakt med noen igjen (Pempek, Yermolayeva og Calvert 2009). Nå har i ettertid Facebook forandret chatten slik at den i større grad har blitt integrert med private meldinger, hvorav hvis en svarer en person på en privat melding og denne personen er pålogget så kommer samtalen opp i et chattevindu. Med andre ord er private meldinger og chattefunksjonen nå to sider av samme sak. Kanskje har utviklerne sett samme trend, at chatten og veggen ble foretrukket fremfor de private meldingene, og dermed har sveiset sammen private meldinger og chatten.

5.4 Innom daglig

Som det var mulig å se ut i fra kategoriseringen av informantene i kapittel 4, var de fleste innom Facebook daglig. Frank var den av informantene som brukte Facebook minst. Han fortalte at han ikke var innom hver dag, men et par ganger i uken. Ellers fortalte resten av informantene at de vanligvis var innom Facebook minst en gang for dagen. Dette stemmer med data som Facebook selv har offentliggjort om brukerne sine (Facebook 2011). Forskning har vist at i gjennomsnitt er en norsk bruker innom Facebook i underkant av en time daglig (Synlighet 2010). Selv om flere av informantene mine hadde vanskeligheter med å fastslå eksakt tid de brukte på tjenesten, var de fleste likevel over gjennomsnittet for norske brukere. Brede, Christine, Eirin og Hans fortalte alle de var innom Facebook flere ganger for dagen. Brede og Christine forklarte at de ofte hadde Facebook åpent mens de gjorde andre ting og derfor var pålogget i mange timer. Christine forklarte at hun var innom Facebook i skoletiden og også mens hun gjorde lekser. Hun logget sjeldent av fra Facebook hjemme, og av den grunn fremstod hun som konstant pålogget. Hans mente han sjekket nettsiden minst 5-6 ganger for dagen, og klarte ikke helt å si hvorfor han gjorde det. Han mistenkte at han kanskje var blitt avhengig, og at det rett og slett var blitt helt rutinemessig for ham å gå innom siden. Men det var en annen informant som oppga størst bruk av Facebook, nemlig Eirin:

Jeg bruker Facebook altfor ofte. Vet ikke hvor mange timer jeg sitter foran Facebook hver dag. Det blir veldig mange. Jeg sitter der i timen. Så når jeg kommer hjem så er det rett på Facebook, og etter jeg har spist middag så er det rett på Facebook igjen. Du kan si jeg er innpå nesten hele tiden.

Selv om nesten alle mine informanter var pålogget oftere enn gjennomsnittet for en norsk Facebook-bruker så de fleste ikke på seg selv som overivrige. Størsteparten betegnet seg selv som en normal Facebook-bruker. Dette har nok en stor sammenheng med miljøet rundt dem, da forskning viser at unge (13-18) er lenger inne på Facebook enn det eldre brukere er (Christofides, Muise og Desmarais 2010). Med andre ord så opplevdes det som normalt for informantene å være pålogget Facebook i mange timer, fordi vennene rundt dem også er det.

5.5 Ser på bilder

Når informantene skulle snakke om hva de gjorde inne på Facebook nevnte mange av dem, som forventet, at de brukte mye av tiden til å snakke med folk. Men flere av informantene nevnte også at mye av tiden på Facebook gikk med til å se på bilder. Dette samsvarer med andre studier som peker på at bilder er en viktig del av Facebook (Pempek, Yermolayeva og Calvert 2009). Hans forklarte at han var veldig dårlig på navn, så han brukte bildene som folk la ut på Facebook for å minne seg selv på hvem de personene var. Frank forklarte at mye av tiden han brukte på Facebook gikk med til å se på bilder og kommentere dem. Eirin var også veldig interessert i bildene som folk la ut, og hun mente at bildealbumene til de forskjellige vennene hennes var der hun tilbrakte mest tid på Facebook. Selv om flere av informantene fokuserte mye på bilder under intervjuene, ble det også klart at ikke alle informantene var like interessert i bilder. For eksempel Brede var veldig lite interessert i andre sine bilder, han likte bedre å kommentere statusene til vennene sine. Og selv om flere av informantene fremhevet bilder som et av aspektene ved Facebook som de brukte mest tid på, fokuserte også flere av informantene på negative sider ved deling av bilder. Anja mente at det var fælt at så mange la ut bilder uten å tenke over de negative sidene som var forbundet med å gjøre det. Hun var redd for at bildene kunne bli misbrukt og sett av andre personer. Grethe var også bekymret over at folk la ut bilder av henne på Facebook. ”Det er jo folk som legger ut for eksempel bilder av meg som jeg ikke vil ha på Facebook. Det vet jeg at det er mange andre som også synes er kjedelig.” Dette var Hans enig i, han følte at veldig mange la ut bilder uten å innhente tillatelse fra de som var avbildet. Jon mente at bildene noen ganger kunne føre til mobbing, da folk gjerne la ut bilder som ikke akkurat var flatterende for de som var avbildet og at det da kunne det komme kommentarer om at de på bildet ikke så bra ut.

Likevel ble det fort klart at bilder var en viktig del av Facebook, men det kunne virke som at flere av informantene hadde et litt annet forhold til å dele bilder selv og å se på andre sine

bilder. Eirin forklarte at det varierende hvilken type bilder hun la ut på Facebook. Familiebilder la hun sjeldent ut, mens bilder fra jentekvelder eller turer med venner ”de havner rett ut på Facebook”. Hans nevnte også at selv om han var mye innpå andre sine bilder, så delte han ikke nødvendigvis så mange bilder selv. Det var et gjennomgående tema under intervjuene at informantene var bekymret over publisering av bilder, og hadde klare meninger om hva som burde publiseres og hva som ikke burde legges ut. Dette betyr med andre ord at selv om noen kikker mye på andre sine bilder så betyr ikke nødvendigvis det at de selv kommer til å dele mange bilder. Dette kan knyttes opp mot undersøkelsen nevnt tidligere i kapittel 5.3.2 om at brukere av sosiale nettverkstjenester bruker mer tid til å se på andre enn å dele selv (Pempek, Yermolayeva og Calvert 2009). Det er også mulig å tenke seg til to forskjellige utfall av at informantene er mye inne på andre sine bilder: Det ene er at informantene blir vant med å se mange bilder på nettsiden, opplever dette som normen på tjenesten og dermed selv følger opp med å dele mange bilder. Det andre utfallet er at informantene ser at andre deler mange bilder, og får negative assosiasjoner med dette og velger dermed selv å ikke dele så mye. I mitt tilfelle virket det som at flere av informantene hadde endt opp på utfall nummer to, da flere av dem hadde negative meninger om de som la ut mange bilder.

Slettmeg.no er en nettside laget og driftet av Datatilsynet i Norge, som spesialiserte seg på problemer med sosiale nettverkstjenester. Her kan brukere av sosiale nettverkstjenester ta kontakt for å få råd og bistand med eventuelle problemer de har med sosiale nettverkstjenester, som for eksempel falske profiler, uønsket bildepublisering, sjikane, mobbing og lignende. I rapporten fra 2010 kommer det frem at uønsket bildepublisering på nett var den største gruppen med totalt 10% av henvendelsene. I de fleste tilfellene var det noen som brukeren hadde en relasjon til som hadde publisert bildene. I en privat e-postutveksling mellom meg og Ole Morten Knudsen (kontaktpersonen i Slettmeg.no) fortalte han også at slettmeg.no hadde opplevd at folk nektet å fjerne bilder når de først tok kontakt. Men til slutt valgte de fleste å fjerne bildene etter at slettmeg.no la litt ekstra press på brukerne. Flere av informantene klaget også over at andre brukere som hadde lagt ut bilder av dem nektet å fjerne bildene, selv etter å ha fått beskjed om å fjerne dem gjentatte ganger. ”Og når jeg ba dem om å slette [bildet], så gjorde de det ikke. Det irriterer meg. [...] Jeg vil bare ha det vekk fordi jeg synes det er ubehagelig” (Hans). I de fleste tilfellene hadde informantene endt opp med å unntage seg selv, men de mente at dette ikke var nok fordi at selv om bildet nå var vekk fra profilen så var det fremdeles publisert på en annen sin profil.

Det er altså veldig interessant å se at bilder er en del av Facebook som mange liker godt og bruker mye tid på, men også den delen som skaper mest bekymring. Jeg tror dette har en sammenheng med nysgjerrighet og til en viss grad forfengelighet. Nysgjerrigheten gjør at en bruker mye av tiden på andre sine bilder, mens forfengeligheten gjør at en ikke ønsker at alle typer bilder skal bli lagt ut om en selv. At en bruker selv ønsker å ha kontroll over bildene som blir publisert av ham eller henne er også sterkt knyttet til hvordan brukeren ønsker å fremstå på tjenesten. Noe jeg vil komme innpå nærmere i kapittel 6.

5.6 Negative sider ved Facebook

Under intervjuene spurte jeg informantene om hva de ikke likte ved Facebook, og hvilke deler av Facebook de så på som negative. Dette var for å gi meg et bedre innblikk i de forskjellige informantene, men også for å se om informantene var samstemte i hva de ikke likte. De fleste informantene nevnte bilder og hvordan mange publiserte bilder uten samtykke som et stort problem på Facebook, men i tillegg ble mobbing og hvem en kunne ha som venner nevnt. Dag var i utgangspunktet veldig negativ til Facebook og likte ”nesten ingenting” med systemet. Han likte ikke hvordan Facebook hadde lagt opp til at han måtte gå innom der hver dag, han følte at det nesten ble til en slags tvang. ”[...] nå kan jeg ikke gå et døgn uten data lenger og det er grådig irriterende. Hater det rett og slett.” Ellers mente han også at de jevnlige oppdateringene av Facebook, hvor de forandret på systemet, var et stort irritasjonsmoment. Dette hadde nok en sammenheng med at han i utgangspunktet ikke så på seg selv som en teknisk begavet person, så hver gang Facebook forandret på noe, måtte han bruke lang tid på å sette seg inn i det på nytt igjen. Likevel brukte han Facebook hver dag, og klarte ikke å la være å bruke tjenesten, selv om han ikke likte det.

Brede var bekymret for at Facebook i utgangspunktet var veldig åpent, og syntes ikke det var kjekt. Han hadde tatt sine forholdsregler, men syntes åpenheten var en av de negative sidene med Facebook. Frank mente at det var blitt et problem at andre personer enn eieren av en profil var pålogget den profilen. Hvis for eksempel en person i et klasserom var pålogget Facebook og gikk på do, så kunne det ofte ende opp med at noen andre gikk inn på profilen og utga seg for å være den personen. Frank forklarte at han flere ganger hadde snakket med noen han trodde var en bestemt person, men som viste seg å være en annen. Flere ganger hadde dette ført til konfrontasjoner og krangler, da de som var inne på profilen ofte sa stygge ting. Mobbing på Facebook og andre sosiale nettverkstjenester er et stort problem og har i

flere tilfeller endt med tragiske selvmord. Det mest kjente er nok Megan Meier som tok livet av seg etter at moren til en bekjent hadde gitt seg ut for å være en gutt på hennes alder og deretter plaget henne på den sosiale nettverkstjenesten MySpace (Huffstutter 2007). Selv om ingen av informantene rapporterte at de selv hadde opplevd mobbing, eller vært vitne til mobbing på Facebook var flere bekymret over at Facebook kunne brukes til nettopp dette. Frank så heller ikke på situasjonene han hadde vært utsatt for som mobbing, men han fremhevet at om de situasjonene hadde oppstått ofte ville han kunne sett på det som en form for mobbing.

Overraskende nok var det bare en person som nevnte at noe av det hun synes var negativt med Facebook var at det tok mye tid, og at det var veldig distraherende. Iselin mente at Facebook ofte tok opp tid som skulle bli brukt på andre ting. Dette kan ha en sammenheng med aldersgruppen jeg intervjuet, og har nok også en sammenheng med hvordan informantene så på Facebook. Selv om mange av informantene mente at Facebook var tidsfordriv, betyr dette ikke nødvendigvis at de mente at Facebook tok opp tiden til andre viktige ting, rett og slett fordi Facebook ble sett på som viktig.

5.6 Oppsummering

Det ble fort tydelig under intervjuene at Facebook var viktig for informantene. De fleste av informantene satt med det inntrykket at alle vennene deres brukte denne tjenesten, og at det derfor var viktig at de selv var til stede på tjenesten. De ville ikke stå utenfor dette samfunnet som Facebook representerte. De fleste av informantene var ofte innom Facebook, i alle fall minst en gang for dagen, og så på dette som normalt tidsbruk selv om de var over gjennomsnittet for en norsk bruker. Informantene var blitt så vant til å bruke Facebook at det var blitt en del av hverdagen, den daglige rutinen, og at de var ofte innom uten å ha et spesifikt formål i tankene, de bare hang der. Det er også viktig legge merke til at selv om en bruker Facebook ofte betyr ikke dette nødvendigvis at en deler mye, fordi mye av tiden en bruker på sosiale nettverkstjenester går med på å se på andre (Pempek, Yermolayeva og Calvert 2009). Ut ifra intervjuene er det naturlig å komme til samme konklusjon som Boyd (2008) om at sosiale nettverkstjenester har blitt så populære, spesielt blant unge, fordi sidene gjør kommunikasjonen mellom eksisterende venner enklere og at tjenestene på bakgrunn av denne populariteten har blitt en integrert del av hverdagen og en viktig del av livet til disse ungdommene.

6. Hvorfor dele informasjon med andre?

”Mamma, se på meg nå da, se hva jeg gjør!” For en forelder vil et slikt utsagn virke ganske kjent. Unger har ofte et stort behov for at foreldre eller andre er vitne til hva de gjør, og gir dem den oppmerksomheten de trenger. Denne oppmerksomheten er likevel ikke begrenset bare til barn. I følge Jesper Juul, anerkjent familieterapeut og forfatter, er de fleste mennesker opptatt av oppmerksomhet, om enn i forskjellig grad: ”Vi vil at noen skal legge merke til det når vi kommer med et nytt klesplagg, når vi er glade eller triste, når vi helst vil være alene og når vi gjerne vil bli dratt inn i samtalen eller aktiviteten igjen” (Juul 2011:1). Juul peker på at oppmerksomhet i noen tilfeller blir et feil ord å bruke, da det enkelte ganger brukes i positiv forstand, mens i andre tilfeller brukes negativt for å beskrive ”et nesten primadonnaaktig behov” (Juul 2011:1). Han mener at i mange tilfeller snakker vi rett og slett om behovet for å bli ”sett”. At noen legger merke til oss og kanskje også ser hva som befinner seg ”bak fasaden” (Juul 2011:1). Juul diskuterer i sin artikkel barneoppdragelse og snakker i stor grad om barns behov for oppmerksomhet, men nevner at disse tendensene hos barn også er gjeldende for unge og voksne.

Den amerikanske sosiologen Goffman benyttet seg av en teaterallegori når han skulle forklare hvordan mennesket fremstiller seg selv i det daglige liv. I stor grad mener han at vi i situasjoner med andre mennesker vil prøve å kontrollere hvilket inntrykk de andre personene får av oss ved å forandre vårt utseende, holdning eller væremåte. Goffman sammenlignet disse hverdagslige handlingene med hvordan en skuespiller fremfører et teaterstykke (Goffman 1992). Han mente at den eneste måten en kunne få et innblikk i en annen persons virkelige jeg var på en indirekte måte: ”En persons ’egentlige’ eller ’virkelige’ holdninger, oppfatninger og følelser kan man for eksempel bare få kjennskap til på indirekte måte, gjennom hans uttalelser eller gjennom tilsynelatende ufrivillige, talende handlinger” (Goffman 1992:11-12). Selv om Goffman i stor grad diskuterte ansikt-til-ansikt situasjoner, gjør denne teorien seg veldig gjeldende på et sted som Facebook. Her har man en sosial nettverkstjeneste hvor konvensjonen sier at brukerne skal være seg selv (Guribye 2007), men likevel viser forskning at Facebook-brukere ofte fremstiller sine profiler som mer vellykkede versjoner av seg selv (Zhao, Grasmuck og Martin 2008). Med andre ord kan det være naturlig å tro at brukerne til en viss grad spiller en rolle på Facebook.

Å dele informasjon om seg selv er en sentral del av Facebook, og hvorfor brukerne velger å dele så mye informasjon som de gjør er gjenstand for stor debatt. Jeg vil i denne delen gå igjennom grunnene til at mine informanter delte informasjon om seg selv.

6.1 Hva blir delt

Forskning viser at det ikke er uvanlig å dele personlig informasjon på Facebook. I gjennomsnitt fyller en Facebook-bruker ut ca 60% av feltene som er mulige å fylle ut på Facebook-profilen (Lampe, Ellison og Steinfield 2007). I 2005 kom Gross og Acquisti (2005) frem til at 82% av aktive Facebook-brukere inkluderer informasjon som fødselsdato, telefonnummer, adresse, politisk ståsted, seksuell legning og eventuell partners navn på profilen. I senere studier viser det seg at informasjonen som blir delt på profiler har forandret seg til en viss grad, men at enkelte elementer er gjennomgående på de fleste profiler. En vanlig profil inneholder som oftest ekte navn, ekte bilde, navn på skole/arbeidsplass, e-post, bursdag og byen brukeren bor i (Young og Quan-Haase 2009; Christofides, Muise og Desmarais 2010). Utenom dette er det litt mindre vanlig å legge ved seksuell interesse, eventuell partner og interesser (bøker, filmer og aktiviteter) (Young og Quan-Haase 2009). Mine informanter brukte alle ekte navn og hadde et bilde av seg selv på profilen. Ellers var det litt forskjellig hva informantene delte av informasjon, men i de fleste tilfelle hadde informantene lagt ved fødselsdatoen, interesser (favorittfilmer, bøker, tv-serier med mer) og enten hjemsted eller hvor de var fra. I tillegg hadde to av dem lagt ved e-posten og to av dem nevnte hvilken skole de gikk på. Fire av informantene hadde lagt ved sivilstatus og eller kjønn. Utenom dette forklarte informantene at de i hovedsak la ut statusoppdateringer, linker til forskjellige andre sider og bilder. Hvor ofte de la ut bilder eller oppdaterte statusen varierte fra informant til informant. Det var ingen som nevnte at de hadde lagt ut telefonnummer, mens to av informantene presiserte at de ikke hadde lagt det ut. Mine informanters profiler inneholdt, i forhold til Young og Quan-Haase (2009) sin undersøkelse, det som var mest vanlig å dele på en profil.

6.2 Selvutlevering

Mennesker er som nevnt i kapittel fem sosiale vesener. Vi drar på besøk til hverandre, har fester, snakker i telefonen og har generelt sett mye med andre mennesker å gjøre hver dag. I mange tilfeller har vi også et behov for å uttrykke oss til andre og få respons, noe som blir kalt

selvutlevering. Selvutlevering blir ofte definert som enhver informasjon om seg selv som kommuniserer til en annen person (Wheless og Grotz 1976). Dette gjelder både uvitende og vitende handlinger som avslører informasjon. Det kan være snakk om tanker, følelser, meninger, håp, drømmer, ønsker, redsler, hva en liker og hva en ikke liker – rett og slett informasjon som er med på å definere hvem vi er som menneske. Selvutlevering er en måte å la andre bli bedre kjent med deg, og invitere dem til å gjøre opp tanker og meninger om deg. Ofte går selvutlevering begge veier, jo mer en person utleverer til deg, jo mer er du villig til å gi tilbake.

Buhrmester og Prager (1995) skriver om hvordan ”self-disclosure” eller selvutlevering er med på å forme mennesker, og hvordan tilbakemeldinger styrer valg vi tar. Derlege og Grezlak (1979) (siteret i Buhrmester og Prager (1995)) skriver at selvutlevering kan hjelpe et individ til å definere og validere hvorvidt ens holdninger, tanker og meninger er korrekte eller samsvarer med menneskene rundt en. H. S Sullivan (referert i Buhrmester og Prager) argumenterer for at mennesker føler seg bedre når de oppnår ”consensual validation”, en bekreftelse av enighet hvor de finner ut at andre deler ens tanker, meninger og usikkerheter. Buhrmester og Prager (1995:31) hevder også at det er en klar sammenheng mellom sosial aksept og selvbylde. Dette blir underbygget av en studie fra Nederland i 2006 hvor brukere av sosiale nettverkstjenester ble spurt om forholdet mellom selvbylde og tilbakemeldinger. Resultatene viste at selvbylde var direkte linket til tonen på responsen en fikk på slike nettverkstjenester, og at det igjen påvirket hvordan en følte seg i hverdagen. Flesteparten av informantene, 78%, oppga at de i hovedsak fikk gode tilbakemeldinger på slike nettverkstjenester, mens 7% oppga at de i hovedsak fikk dårlige tilbakemeldinger. Ikke overraskende var negativt selvbylde forbundet med negative tilbakemeldinger og positivt selvbylde med positive tilbakemeldinger (Valkenburg, Peter og Schouten 2005). Denne tendensen så jeg igjen under mine intervjuer der det kom frem at tonen på tilbakemeldingene var viktige. Positive tilbakemeldinger ble verdsatt og var ønsket av mine informanter, og flere forklarte også at de mest positive opplevelsene de hadde hatt med Facebook var når de hadde fått positive tilbakemeldinger på et bilde eller lignende. På den andre siden forklarte flere av informantene at de hadde latt være å legge ut visse ting på Facebook fordi de var redd for å få negative tilbakemeldinger på det. Med andre ord var tilbakemeldinger viktige.

6.3 Hvorfor dele informasjon?

Det å dele informasjon om seg selv er en sentral del av sosiale nettverktjenester og dermed også Facebook. Mange brukere forklarer at for å bruke Facebook er det nødvendig med et minimum av informasjonsdeling – hvorfor ha en profil hvis denne profilen ikke sier noe om hvem du er? (Tufekci 2008). Hvorfor folk deler informasjon avhenger av mange faktorer. Krasnova et al. peker på flere grunner til at folk deler informasjon om seg selv på sosiale nettverkstjenester: for å opprettholde forhold, skape nye forhold og i stor grad fordi folk synes det er underholdende å bruke tjenesten (2010). Flere av disse punktene ble nevnt under intervjuene da jeg spurte om hvorfor informantene delte informasjon om seg selv på nettet, men på et punkt avvek mine informanter fra undersøkelsen utført av Krasnova et al. I deres undersøkelse fikk de få forekomster av folk som delte informasjon for å vise seg selv i et bedre lys og for å fremheve sine positive egenskaper, mens flere av mine informanter pekte på nettopp dette som en av grunnene til at de delte informasjon om seg selv. New York Times' kundeinnsiktsgruppe publiserte i juli 2011 en undersøkelse som fokuserte på akkurat hvorfor folk deler informasjon. Viktige momenter i deres undersøkelse viste seg å være at folk delte informasjon for å definere seg selv til andre, for å forbedre forhold til andre personer, selvrealisering og for å videreformidle både underholdende og viktig informasjon (NYT Customer Insight Group 2011).

6.3.1 Deler for å vise det til andre

I mine intervjuer hadde flere av informantene tanker rundt hvorfor de selv og andre delte informasjon på Facebook. Brede påpekte at han delte informasjon fordi han ville at de andre som var inne på Facebook skulle se det: ”Det er jo det som er poenget [med Facebook]”. Han forklarte at han ønsket å dele informasjon og få tilbakemeldinger på Facebook. Brede drev altså med selvutlevering for å få tilbakemeldinger. Han likte også at når han skrev noe på Facebook så ble kommentaren værende og alle vennene kunne svare på den. Dette er det Shirky (2008) beskriver som ”Jeg var her”-effekten. Mange mennesker har et indre ønske om å sette sitt eget merke på samfunnet og at andre skal se det (Shirky 2008:132). En annen av informantene, Jon, forklarte i sitt intervju at selv om han ikke delte så mye informasjon på Facebook, så var det spesifikke ting han hadde lagt ut i håp om å få kommentarer på det: ”[...] jeg var egentlig litt stolt over [bildet] fordi det var første gangen. Da hadde jeg litt lyst på tilbakemeldinger ja.” Dette blir støttet av undersøkelser gjort av danah boyd (2008) hvor hun

peker på at profiler og selvutlevering på sosiale nettverkstjenester er resultater av at personene vil at andre skal se informasjonen. Og fordi en stor del av vennene på slike tjenester også er offline-venner er det viktig for dem å fremstå på ”riktig” måte på nettet. Selv om personene kan velge selv hvem de vil være på nettet, valgte de fleste å være seg selv i slike nettverkstjenester, og de ville vise en side av seg som de trodde ville bli tatt godt imot av venner og bekjente (boyd 2008). Dette kan knyttes mot konvensjonen som har oppstått på Facebook om at en skal være ”seg selv” der inne (Guribye 2007), i motsetning til tidligere nettverkstjenester der en ofte kunne være anonym. Dette gjør at Facebook også kan brukes som en måte å forme sin egen identitet på.

6.3.3 Identitetskonstruksjon

Jenny Sundén (2003) forklarer hvordan en på nettet er nødt til å skrive seg selv i live. Eller som boyd (2008:145) beskriver det: ”One cannot simply ‘be’ online; one must make one’s presence visible through explicit and structured actions”. Med andre ord for å være tilstede på nettet, må en selv ha gjort valget med å lage en profil. Og gjennom å lage denne profilen så former brukerne seg selv, og dermed også sin egen identitet.

Under intervjuene mine påpekte flere av informantene at de brukte Facebook for å understreke hvem de var: ”Jeg deler informasjon om meg for at folk skal skjønne bedre hvem jeg er. Hva jeg liker, hvilke interesser jeg har. Hvilken humor jeg har. Slik at det blir lettere å kommunisere” (Frank). Med andre ord bruker Frank Facebook som en måte å gjøre samtalen i hverdagslivet lettere (Zhao, Grasmuck og Martin 2008). Eirin mente at Facebook var en måte hun kunne fremstå bedre enn hun eventuelt hadde gjort første gang hun møtte en person: ”Folk som ikke kjenner meg så godt får kanskje et nytt bilde av meg. Får vite hvem jeg er. Fordi førsteinntrykket kan være dårlig. Så jeg gjør det for å vise hvem jeg er.” For begge virket Facebook som en måte for andre å få bedre kjennskap til dem som personer, og en måte de kunne vise til andre hvem de er og kanskje også kunne hjelpe dem å fremstå i et litt bedre lys. Dette kan direkte knyttes mot Goffman (1992) og hans teaterteorier, ettersom disse informantene bevisst styrte hvilket inntrykk de gav på Facebook, og de i stor grad prøvde å fremstille seg selv i bedre lys på tjenesten. Dette er en vanlig måte å fremstille seg selv på Facebook i følge tidligere forskning, der det viste seg at Facebook-profiler ofte var utformet som en bedre utgave av selve brukeren (Zhao, Grasmuck og Martin 2008).

Likevel har konteksten rundt en bruker direkte innvirkning på hvordan brukeren former sin identitet på tjenesten (boyd 2008). Individene på Facebook vil forme sine identiteter på bakgrunn av miljøet rundt dem og vil tilpasse seg slik at de passer bedre inn i den sosiale konteksten (Zhao, Grasmuck og Martin 2008). Tidligere studier viser at mange bruker anonyme nettverkstjenester for å eksperimentere med ulike identiteter, men at ikke-anonyme tjenester som Facebook i stor grad gjør det motsatte. Unge personer må ofte vise frem en kontrollert og ensartet identitet fordi vennelisten inneholder flere forskjellige nettverk som har vært tidligere skilt fra hverandre (Tufekci 2008; DiMicco og Millen 2007). Det er heller ikke uvanlig at brukere toner ned profilene sine etter hvert som nye miljøer og nettverk kommer til på tjenesten (Tufekci 2008). Dette har vært en vanlig utvikling i også andre sosiale nettverkstjenester, som for eksempel Friendster, der inntoget av det som kalles "late adopters" gjorde at mange av de som allerede hadde profiler på tjenesten valgte å tone ned sine profiler og gjøre dem mer strømlinjeformet og profesjonelle (boyd 2008). Dette ble spesielt klart i Eirin sitt eksempel der hun hadde gjort forandringer på profilen sin på bakgrunn av at faren hennes var på Facebook og hadde bedt henne forandre på deler. " [...] han snakket om på hvilken måte jeg fremstilte meg selv – hvilken måte andre ser på meg. Og det tenkte jeg mye på, og jeg skjønner godt hvorfor han sa det. Fordi det var et par av de bildene der som virket litt negative, for å si det på den måten. Jeg har passet meg for det videre. Nå er jeg obs på hva jeg legger ut." Her kan vi se at fordi faren kunne se profilen hennes så gjorde hun store endringer på profilen, endringer hun kanskje ikke ville ha gjort med mindre faren var der. Da faren ble en del av konteksten modifiserte hun rollen sin slik at publikummet kunne godta den (Goffman 1992).

Her er det også interessant å nevne hvordan Facebook gir vennene til en bruker muligheten til å forme hvordan denne brukeren fremstår på tjenesten. Enten ved å kommentere på profilen eller ved å tagge personer i bilder, er de med på å forme identiteten til brukeren. Spesielt Frank var veldig oppmerksom på dette og var nøye med å bestemme hvilken informasjon som lå tilgjengelig på hans profil. "Hvis jeg får noen kommentarer som er klassiske fra dagens ungdom, så fjerner jeg dem" forklarte Frank under intervjuet. Det at andre på vennelisten kan være med å forme identiteten til en bruker er nok også en av grunnene til at uønskete bilder blir sett på som et så stort problem av informantene (se kapittel 5.5). Når en venn tagger dem i et bilde så blir dette bildet en del av brukerens profil og dermed også deres identitet. Hvis dette bildet da "krasjer" med hvordan brukeren ønsker å fremstå på siden så blir det et problem. Flere av informantene bekreftet denne teorien da jeg spurte om hvorfor de ønsket at

bildet skulle fjernes, og de forklarte i stor grad at det var fordi de ikke synes de så bra ut på bildet eller at de rett og slett ikke ønsket at bildet skulle komme opp på profilen deres. Bildene de snakket om var altså i stor grad ikke ønsket fordi de ødela identiteten informantene konstruerte på tjenesten.

Andre grunner til at informantene delte informasjon var fordi de synes det var morsomt eller fordi de kjedet seg. I mange tilfeller kunne det virke som at mye av informasjonsdelingen på Facebook rett og slett var tidsfordriv.

6.3.3 Ønske om oppmerksomhet

Da informantene ble spurt om hvorfor andre delte informasjon var det flere som oppga en helt annen grunn enn hvorfor de selv delte informasjon. I stor grad mente flere at "*oppmerksomhet*" var en de viktigste grunnene til at andre delte informasjon om seg selv på Facebook. Brede var ganske klar i sin tale da han ble spurt direkte om hva han trodde var grunnen til at andre delte informasjon på Facebook: " For å få oppmerksomhet? Det er vel hovedgrunnen tror jeg". Dette ble støttet av Iselin da hun ble stilt samme spørsmål: "Jeg tror enkelte gjør det for å få oppmerksomhet. Jeg kjenner en del av dem." En annen informant, Anja, nevnte ved flere anledninger at hun hadde reagert på hva folk la ut på Facebook, og synes mange delte for mye. Hun kom spesifikt inn på bikinibilder som en venn av henne hadde lagt ut og hvorfor vennen hadde delt disse bildene: "Det er vel kanskje litt det med oppmerksomhet og sånn, når de ligger ut bilder i bikini, så vil de jo at folk skal kommentere det. 'Åh så pen du er' også videre".

Noe som er interessant å se på i denne sammenhengen er forskjellen mellom hva informantene sa var grunnen til at de selv delte informasjon på Facebook, og hva de mente var grunnen til at andre delte informasjon. Å vise hvem de var eller fordi det var gøy var de store fellesnevnerne når informantene ble spurt direkte om hvorfor de delte informasjon på Facebook, mens oppmerksomhet var gjengangeren ved direkte spørsmål om hvorfor de trodde andre delte informasjon. De fleste av informantene assosierte ordet oppmerksomhet med noe negativt, eller som Juul (2011) nevnte tidligere "et nesten primadonnaaktig behov". Det var ofte det at en person fikk mange tilbakemeldinger som gjorde at informantene sa at personen var ute etter oppmerksomhet og i flere tilfeller var informantene negativt innstilt til den aktuelle personen.

Det paradoksale er at flere av informantene, som nevnt tidligere, fortalte i intervjuene at de la ut informasjon nettopp for å få tilbakemelding på denne, og hvorvidt de fikk tilbakemelding var viktig for dem. Andre nevnte også at de mest positive opplevelsene de hadde med Facebook var når de fikk mye tilbakemeldinger på noe de hadde lagt ut. Men i disse situasjonene var det ingen som brukte ordet ”oppmerksomhet” om seg selv, selv om man kan si at de i stor grad også var ute etter nettopp akkurat det.

Dette kan sees i sammenheng med undersøkelsen utført av Krasnova et al. som ble nevnt tidligere i kapittelet. Deres undersøkelse var todelt, der de startet med to fokusgrupper og deretter sendte ut spørreskjemaer til nye informanter. I fokusgruppene ble det flere ganger nevnt at informantene brukte sosiale nettverkstjenester for å lage et godt bilde av seg selv, og at de la ut informasjon som satt dem selv i et bedre lys, mens informantene som svarte på spørreundersøkelse satt det å sette seg selv i et bedre lys veldig langt nede på listen over hvorfor de delte informasjon (Krasnova et al. 2010). Ut i fra dette kan det virke som at det å sette seg selv i et bedre lys og å ville ha tilbakemeldinger, kan bli sett på som negativt av andre, og man derfor ikke vektlegger dette i et spørreskjema der en har andre svaralternativer. I et intervju, derimot, sier mange ofte det første som faller dem inn, og det er dermed større sjanse for at flere innrømmer at de gjør nettopp dette. Likevel viser dette at den sosiale aksepten av hvordan en bruker Facebook er viktig for mange.

6.4 Sosial aksept og gjennomtenkt deling

Det som virket åpenbart under intervjuene var at flere av informantene hadde en slags felles forståelse av hva som var akseptert på Facebook, og hva som ikke var akseptert. Flere av informantene fokuserte også mye på personer som de mente ikke oppførte seg akseptabelt på Facebook, og i hovedsak dreide dette seg om det å dele ”for mye” på Facebook.

Mange av informantene hadde klare grenser på hva de mente var ”for mye” deling og hva de mente var helt greit. Boyd (2008) er innom dette i sin artikkel hvor hun nevner at det er flere sosiale hierarkier som bestemmer hvorvidt du fremstår som kul på slike nettverkstjenester, og at disse ofte har rot i den ”frakoblede” verden.

Det som oftest ble nevnt som ”for mye” var enten at noen delte noe som ble sett på som privat, som det ene eksempelet som gikk igjen i flere intervjuer hvor en person hadde skrevet som

statusoppdatering at han var ensom og søkte etter en kjæreste. Dette ble nevnt av flere av informantene som ”for mye” og som noe de ikke ville ha skrevet selv. Det andre fenomenet som flere av informantene kommenterte var de som skrev altfor mange statusoppdateringer hvor de fleste var av den trivielle sorten, som for eksempel ”Går i dusjen”. Dette falt også innunder kategorien ”kjedelige statusoppdateringer”. At statusoppdateringene skulle være artige virket å være viktig for flere av informantene, da de selv ikke ville fremstå som kjedelig på nettverkstjenesten.

Av de ti informantene mine var de fem som fastslo at tingene de delte var nøye gjennomtenkt, mens tre mente at de iblant tenkte over hva de la ut, mens to stykker ikke tenkte igjennom hva de la ut. Jon (som var en av de to) mente at det han la ut var så lite interessant at ingen ville bry seg nevneverdig om det, mens Christine (som var den andre) forklarte at store deler av Facebook-bruken hennes var preget av impulsbruk, og derfor ble det lite tid å tenke nøye igjennom ting. Christine som var den personen med flest venner, var også den personen som delte mest informasjon av alle informantene. Tidligere forskning har vist at jo høyere venneantall en person har, jo mer informasjon deler denne personen på Facebook (Young og Quan-Haase 2009; Lampe, Ellison og Steinfield 2007). Hvis en da sammenligner Christine med Brede, som var den personen med færrest venner, og også var en av dem som delte minst, ser vi en svak indikasjon på at venneantall kan ha en sammenheng med hvor mye informasjon personen deler.

Det som også ble tydelig var at hvorvidt brukerne hadde foreldre som venner hadde stor innvirkning på hva de delte av informasjon. For Dag ble faren en målestokk for hva han kunne dele av informasjon. Han forklarte at han hadde faren i tankene når han var usikker på om det han la ut var greit.”[...] akkurat nå setter jeg grenser med det min far hadde akseptert. Går det greit for pappa er det greit for resten”. Jon forklarte også at det at han hadde familiemedlemmer på Facebook hadde en innvirkning på hva han delte: ”[...] man må gjerne passe litt på hva man skriver hvis man har familiemedlemmer i vennelisten”. Eirin presiserte også etter at faren hadde blitt venn med henne på Facebook hadde hun blitt mer forsiktig med hva hun delte. Jeg vil komme mer innpå informantene sin holdning til å ha foreldre som venner på tjenesten i kapittel åtte.

Likevel var det tydelig at informantene tenkte igjennom hva de la ut før de la det ut, ikke nødvendigvis på bakgrunn av at informasjonen de la ut kunne misbrukes, men i stor grad fordi

informasjonen de la ut var et bilde på dem. I sosiale samfunn blir det forventet at individer oppfører seg i forhold til rådende normer, og i en ikke-anonym tjeneste som Facebook der brukerne kan bli holdt ansvarlig for det de gjør er det større sannsynlighet for at de forholder seg til de normene (Zhao, Grasmuck og Martin 2008). Det ble fort tydelig at det var viktig for informantene å fremstå på en viss måte på tjenesten. Ingen av informantene ønsket å være den personen som delte alt for mye, alt for ofte eller alt for personlig.

6.5 Enkelt å dele

”Da har jeg vært hos legen og fått bekreftet at alt står fint til med barnet mitt. Terminen er satt til 1. september” Dette er ikke en uvanlig statusoppdatering å se nå til dags. Denne kommende moren valgte den enkle løsningen når hun tok valget med å fortelle hele sin vennekrets om sin graviditet, og dermed sparte hun seg selv for bryet med å ta kontakt med hver enkelt person for å informere dem om svangerskapet. Mennesker har som nevnt tidligere alltid likt å dele informasjon med hverandre, men å dele med mange mennesker har blitt så enkelt at det kan nesten klassifiseres som noe helt nytt.

[...] it’s tempting to conclude that our new tools are merely improvements on existing behaviors; this view is both right and wrong. The improvement is there, but it is an improvement so profound that it creates new effects. Philosophers sometimes make a distinction between a difference in degree (more of the same) and a difference in kind (something new). What we are witnessing today is a difference in the degree of sharing so large it becomes a different in kind (Shirky 2008:149).

Shirky mener med andre ord at utviklingen på deling vært så enorm at det å dele så enkelt på denne måten er noe nytt. En av informantene mine, Brede, likte hvordan Facebook gjorde det mulig for han å nå ut til mange flere enn tidligere. ”Det er jo akkurat det samme å legge ut noe [på Facebook] som å si en vits i klassen, bortsett fra at hvis jeg legger det ut på Facebook så er det ikke bare noe som forsvinner, også får alle som er inne på Facebook mulighet til å svare på det.” Med andre ord, gjennom Facebook fikk vitsene hans et mye større publikum.

Eirin forklarte også hvordan det var blitt mye enklere å dele bilder med hverandre. Hun la ut mange bilder på Facebook slik at de som ville ha bildene kunne få dem så fort som mulig. ”Vi hadde en klassefest og de [bildene] kom rett ut på Facebook, fordi de andre i klassen også skulle få bildene.” Istedenfor å sende bildene til hver enkelt, så la hun dem ut på Facebook slik at de som ville ha dem kunne kopiere dem. Anja hadde også vært igjennom en lignende

opplevelse hvor hun forklarte at hun hadde lagt ut et album på Facebook fordi de andre i klassen ville ha bildene. ”Vi var ferdig i 10. også ville folk ha bildene, men så greide vi ikke å sende de fordi det var for mye. Så da la jeg de ut sånn at folk kunne kopiere de”. Facebook ble sett på som den enkleste måten å dele informasjon mellom informantene. En kan til en viss grad si at fordi de opplevde det som enkelt å dele informasjon på Facebook, så gjorde de akkurat det. Flere forklarte også at de foretrakk Facebook over vanlig e-post.


6.6 Oppsummering

Mennesker har behov for oppmerksomhet eller tilbakemeldinger (Juul 2011) og mange vil i stor grad kontrollere hvordan de fremstår når de sammen med andre (Goffman 1992).

Selvutlevering er en viktig del av hvordan mennesker former seg selv, og det er viktig for informantene å få positive tilbakemeldinger på Facebook. Informantene mine delte for å vise andre hvem de var og brukte Facebook som en måte å forme sin identitet. De ville også i stor grad at andre skulle se det de la ut på Facebook, noe som støtter boyd sine teorier (boyd 2008). Flere av informantene mente at andre som delte informasjon på Facebook gjorde det for å få oppmerksomhet, men de ville ikke bruke denne betegnelsen om seg selv, fordi informantene forbandt ordet med noe negativt. De var også bevisst på at det var flere normer om hvordan Facebook skulle brukes og hvilken informasjon som skulle deles. Ofte ble det sett på som negativt å dele for mye informasjon og med for mye mente de enten at personen delte noe for ofte, eller noe som var for privat. Det var også viktig å ikke legge ut alt for kjedelig informasjon. Flere av informantene pekte også på at fordi det var enkelt å dele informasjon på Facebook, så brukte de tjenesten til å dele mye informasjon med andre. Det var med andre ord essensielt for informantene å fremstå på riktig måte på Facebook, og informasjonsdelingen ble til en viss grad styrt av normer, hvordan andre ville reagere på informasjonen og hvor enkelt det var å dele.

7. Bruk av personverninnstillingene

Personvern på nettet er et mye debattert og sensitivt tema, og spesielt Facebook og dens behandling av personlig informasjon har, som vi har sett, vært gjenstand for debatt. I 2009 kom en stor oppdatering til personverninnstillingene på Facebook og Zuckerberg skriver i en pressemelding at firmaet har tatt den tidligere kritikken av personverninnstillingene til seg og synliggjort personverninnstillingene på en helt annen måte enn i tidligere utgaver av nettsamfunnet (Zuckerberg 2009). Likevel er det aspekter ved personverninnstillingene som kan få en til å lure på hvorvidt dette egentlig er et spill for galleriet. I desember 2009 ble brukerne av Facebook presentert for en side der de ble spurt om å skifte personverninnstillingene, og der standardinnstillingen var å gjøre mest mulig av informasjonen synlig for flest mulig.

 **Please update your privacy settings**

Facebook's new, simplified privacy settings give you more control over the information you share. We've recommended settings below, but you can choose to apply your old settings to any of the fields.

About me [?]	Everyone	Old Settings
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Family and Relationships [?]	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Work and Education	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posts I Create Status Updates, Links, Photos, Videos, and Notes	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Friends of Friends	Old Settings
Photos and Videos of Me [?]	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Birthday [?]	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Religious and Political Views	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Friends	Old Settings
Email Addresses and IM	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Phone Numbers	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Address	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Figur 3 Siden som ble presentert for brukerne i desember 2009 (Facebook 2011)

I tillegg ble det mulig for datakyndige å få tilgang til dataene på personers profiler gjennom verktøy som ble gjort tilgjengelig for programvareutviklere (boyd og Hargittai 2010). Dette fikk stor oppmerksomhet og Facebook-skaperne fikk mye kritikk. Spesielt krass var Dan Fletcher (2010) og hans artikkel i Time hvor han skrev at personverninnstillingene ikke hadde blitt bedre, og at Facebook hadde et syn på personvern der det ikke nødvendigvis var

brukerens behov som veide tyngst. Også i Norge fikk Facebook kritikk, spesielt fra Forbrukerrådet og daværende underdirektør Hans Marius Graasvold som kalte endringene ”direkte stygt av Facebook” og spesielt trakk frem at de anbefalte innstillingene ikke var tilfredsstillende (Unanue-Zahl 2009). Sintef utførte også i 2009 en undersøkelse på oppdrag fra Forbrukerrådet der de kartla bruken av Facebook og tjenestens personverninnstillinger. Denne undersøkelsen inkluderte både spørreundersøkelse og intervjuer og konkluderte med at bruk av Facebook gir et relativt dårlig personvern. Brukerne av Facebook var bekymret for personvernet på tjenesten og svært mange stolte lite på at Facebook beskyttet deres personlige informasjon. Flere av informantene klaget også over at personverninnstillingene var vanskelige å forstå (Brandtzæg og Lüders 2009). Facebook-utviklerne tok til slutt affære og i 2010 kom det en oppdatering til personverninnstillingene (som i skrivende stund er den siste oppdateringen av innstillingene), hvor det ble lagt til en ”kontrollside” som skulle gjøre arbeidet med å skreddersy brukerens egne personvernsinnstillinger enklere (Zuckerberg 2010). I tillegg ble standardinnstillingene til en viss grad endret (forklares nærmere i kapittel 7.1).

Velg personverninnstillinger

Kontakt på Facebook
Kontroller grunnleggende informasjon som venner kan bruke til å finne deg på Facebook. [Vis innstillinger](#)

Deling på Facebook
Disse innstillingene kontrollerer hvem som kan se det du publiserer.

	Alle	Venners venner	Bare venner	Annet
Status, bilder og innlegg			*	
Biografi og favorittsitater			*	
Familie og forhold			*	
Bilder og videoer du er tagget i			*	
Trosretning og politisk ståsted			*	
Fødselsdato			*	
Tillatelse til å kommentere dine innlegg			*	
Steder du sjekker inn på [?]				*
Kontaktinformasjon			*	
<input type="checkbox"/> La venner av personer som er tagget i mine bilder og innlegg, se dem.				

[Tilpass innstillinger](#) ✔ Dette er den gjeldende innstillingen din.

Applikasjoner og nettsteder
Rediger innstillingene dine for å bruke applikasjoner, spill og nettsteder.

Blokkeringslister
Rediger listene dine over blokkerte personer og applikasjoner.

Kontroller hvordan du deler
Finn ut mer om personvernet på Facebook.

Figur 4 Kontrollsiden til personverninnstillingene (Facebook 2011)

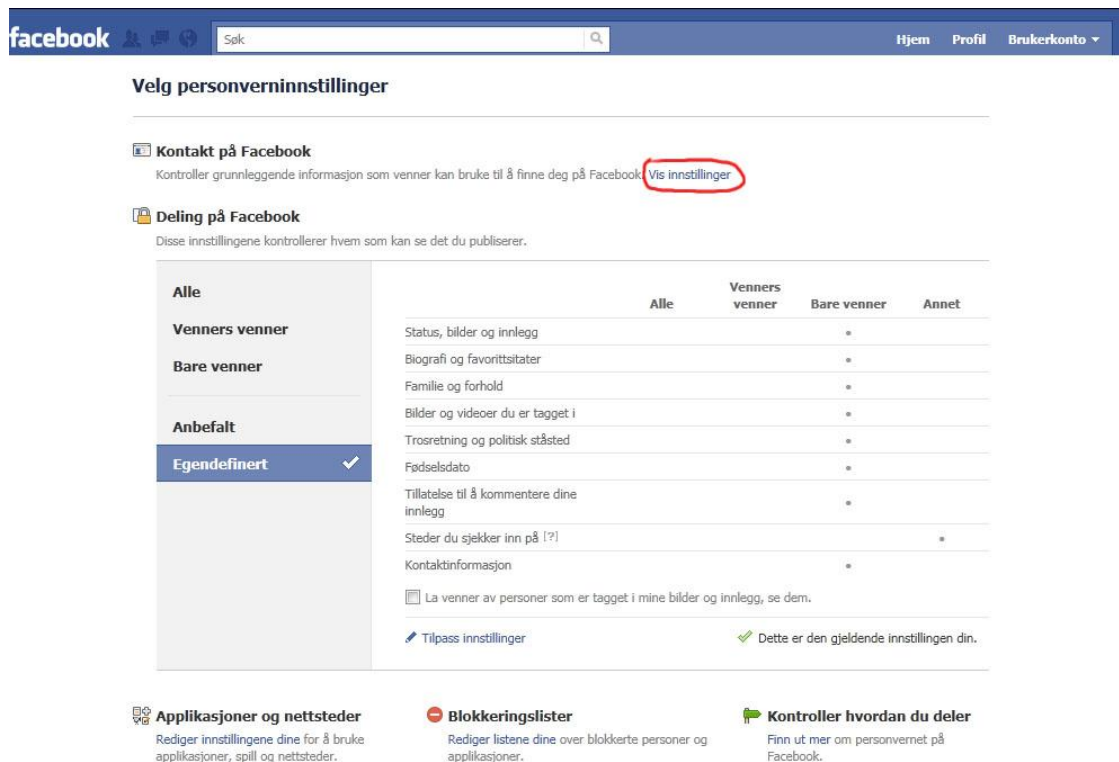
Hvorvidt brukerne føler at personverninnstillingene er blitt enklere å bruke er noe som kan diskuteres, og som jeg vil komme tilbake til.

Denne delen av oppgaven vil ta for seg hvordan Facebook har bygget opp sine personvernsinnstillinger og hvordan mine informanter har benyttet seg av dem. Ved gjennomgang av personverninnstillingene sammen med elevene ble det klart at flere av dem aldri hadde vært innom siden før.

7.1 Alle bør ha tilgang

Når en først lager en konto på Facebook er personvernsinnstillingene satt til en anbefalt standardinnstilling. I denne anbefalte innstillingen blir albumer, statusoppdateringer, interesser, sivilstatus og familie ansett som informasjon som brukerne bør dele med alle. Zuckerberg (2010) forklarer oppsettet på følgende måte på sin Facebook-blogg: "We recommend that you make these settings open to everyone. Otherwise, people you know may not be able to find you and that will make the site less useful for you." Med andre ord mener Zuckerberg at hvis en ikke deler ovennevnte informasjon vil Facebook bli mindre nyttig. I de anbefalte personverninnstillingene er bilder og videoer du er tagget i, trosretning, politisk ståsted og fødselsdato derimot informasjon Facebook-utviklerne mener en bør være litt mer restriktiv på. Derfor har de gjort denne informasjonen tilgjengelig bare for "venner av venner". Venner av venner kan egentlig høres veldig lite ut, men ved nærmere ettertanke er det egentlig et enormt antall personer som kan se den informasjonen også. Hvis en person har 200 venner og alle vennene hans i snitt har 200 venner kan det bety at ca 40 000 mennesker kan se denne informasjonen. Det er selvfølgelig en god del bedre enn "alle", men det er likevel et veldig høyt tall. Regnestykket tar ikke høyde for at det kan være mange felles venner i vennekretsen, men illustrerer likevel hva venner av venner kan bety. Kontaktinformasjon som e-postadresse, telefonnummer og adresse er, i motsetning til annen informasjon, regnet som av privat karakter av Facebook-utviklerne. De har gjort det slik at kontaktinformasjon er synlig bare for venner. Det paradoksale i dette tilfellet er at nettopp denne informasjonen som regel er offentlig tilgjengelig i Norge. Har man et navn skal det ikke mye til for å finne vedkommendes adresse og telefonnummer, med mindre de selv har gått aktivt ut for å skjule informasjonen.

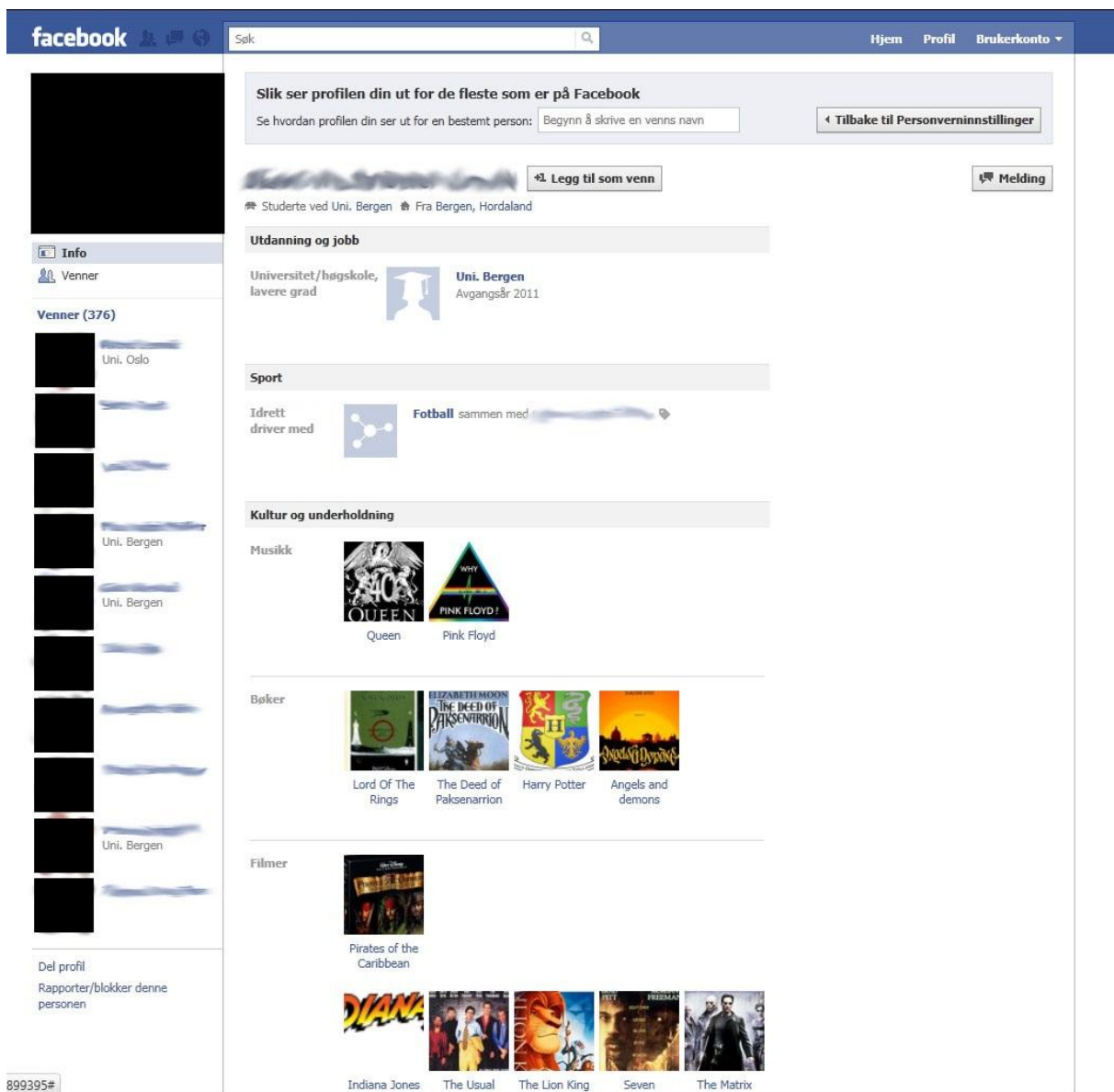
Ved opprettelse av konto oppfordrer Facebook brukerne til å benytte seg av sitt reelle navn, igjen fordi "folk lettere skal finne dem". Tidligere har det vært mulig å skjule navn og profilbilde fra søk, men denne muligheten er senere blitt fjernet. I stedet er det blitt mulig for brukere å begrense hvem som kan søke etter profilen deres. Det som også er interessant er at det har blitt laget egne innstillinger som bestemmer hvilken informasjon som skal være synlig for de som søker etter en bruker, som er helt uavhengig av de andre personverninnstillingene og plassert på et annet sted på Facebook. Mens de vanlige personverninnstillingene finnes under overskriften "Deling på Facebook", må man trykke på linken som er markert med en rød ring i figur 5 for å komme inn på innstillingene som bestemmer hvilken informasjon som er synlig for dem som søker etter profilen. Det er en funksjon som er lett å overse.



Figur 5 Plassering av søkeinnstillinger (Facebook 2011)

Innstillingene på "Kontakt på Facebook"-siden bestemmer hvorvidt interesser, sider brukeren liker, hjemsted, skole, arbeid, venneliste m.m. blir synlige når andre søker etter brukeren. Og selv om en velger at bare venner skal se mye av det brukergenererte innholdet på Facebook, kan en likevel ende opp med at mye av profilen er synlig for de som søker etter deg. Standardinnstillingene på denne siden er at all den ovennevnte informasjonen er synlig for alle. På neste side (figur 6) vises resultatet av søk på en profil med "bare venner" på alle de

vanlige personverninnstillingene, men som ikke har forandret innstillingene under fanen ”Kontakt på Facebook”.



Figur 6 En profil som ikke har forandret på søkeinnstillingene (Facebook 2011)

Her kan vi se at det er mulig for hvem som helst å få et godt innblikk i en brukers profil, selv om brukeren tror at det bare er de på vennelisten som har tilgang til informasjonen. Selv om verken bilder eller statusoppdateringer er synlig, er det likevel en god del informasjon å hente ut om brukeren.

Likevel kan det se ut som at Facebook-skaperne har tatt noe av kritikken innover seg, og synliggjør nå personverninnstillingene på en helt annen måte når en oppretter en konto enn da undertegnede opprettet sin for snart 4 år siden. Ved opprettelse av ny konto blir man i

skrivende stund presentert for en punktliste om hvordan en skal gå frem for å lage kontoen sin. På siste punkt i listen (punkt nr 5) står det at en skal kontrollere hvilken informasjon en deler, og ved å trykke på linken kommer brukeren inn på en side som forklarer hvordan en kan forandre personverninnstillingene sine. Nå bør det også nevnes at Facebook har gjort grep for å beskytte mindreårige på Facebook. Hvis en person under 18 år velger innstillingen ”alle”, blir informasjonen likevel ikke synlig for alle. Den blir ”bare” synlig for venner, venners venner og eventuelle nettverk personen er med i (Facebook 2011). Dette kan allikevel være et betydelig antall personer.

Det er også interessant at selv om Facebook-skaperen Zuckerberg har stått frem i pressen og sagt at de tar personvern alvorlig er det likevel tydelig etter en gjennomgang av standardinnstillingene at Facebook-utviklerne ønsker at brukerne skal dele mest mulig informasjon, selv om ikke standardinnstillingene lenger er at alt er synlig for alle.

7.2 Hvorfor endre personverninnstillingene?

Tidligere studier og medieoppslag viser ofte til at unge ikke bryr seg om personverninnstillingene (Gross og Acquisti 2005), mens en rapport utført av Madden og Smith (2010) for Pew Research Center derimot viser andre tendenser. I rapporten ble ca 2200 amerikanere telefonintervjuet om vaner på Internett og sosiale nettsamfunn. Disse intervjuene slo fast at 71% av unge mellom 18 og 29 forandret på personverninnstillingene sine på sosiale nettsamfunn. Dette var høyere enn for noen av de andre aldersgruppene. Det er interessant å se at samme andel av de jeg intervjuet, syv stykker, hadde forandret på innstillingene sine. Selv om dette kan være en tilfeldighet, så synes jeg det kan understreke poenget til Madden og Smith, om at unge ikke nødvendigvis er så blinde for personvernsspørsmål i dag som de kan ha vært tidligere. Rapporten til Madden og Smith sier derimot lite om hva som er tankeprosessen bak bruken av personverninnstillingene, noe jeg vil prøve å belyse mer i min oppgave.

Syv av mine informanter fortalte at de hadde tilpasset hvem som skulle ha tilgang til profilen. De som hadde tilpasset profilen sin hadde alle valgt å sette innstillingene til ”bare for venner”. Grunner til at de hadde gjort dette gikk i hovedsak ut på at de ikke ville at fremmede skulle få tilgang på informasjonen. Flere uttrykte at de var bekymret over at bildene deres skulle bli lagret og misbrukt på forskjellige måter. En av informantene, Brede, forklarte at det lå en

veldig spesiell grunn bak valget om å beskytte sin informasjon. Han fortalte at han egentlig var en veldig reservert person, og at han ikke likte å dele mye informasjon om seg selv. I tillegg fortalte han om en frykt for at andre som han ikke kjente skulle kommentere noe han la ut og gjøre narr av ham.

Eirin hadde en veldig enkel grunn: ”Det er rett og slett fordi jeg ikke vil at noen som jeg ikke kjenner skal komme inn på min profil og se på den”. Denne uttalelsen ble gjentatt av flere av informantene, og en av dem var Grethe, som forklarte at det var sunn fornuft som gjorde at hun hadde skjult profilen sin.

7.3 Vanskelige innstillinger og minste motstands vei

Madden og Smith (2010) mener at en av de interessante sidene ved nettbasert styring av ens anseelse er at brukere ofte vil ha kontroll over sin informasjon, men i veldig mange tilfeller velger minste motstands vei når de tar valg som er direkte knyttet til sine profiler. Enten det er å godta en bruksavtale uten å lese den på forhånd eller å beholde standardinnstillingene på personvernssiden er det likevel klart at flere tar valg uten å sette seg så nøye inn i hva det innebærer. Undersøkelsen Brandtzæg og Lüders (2009) utførte viste også at flere slet med å finne frem til personvernssiden og at innstillingene var vanskelig å forstå. I intervjuene til Brandtzæg og Lüders måtte de fleste av informantene få hjelp til å komme seg inn på de forskjellige innstillingssidene på Facebook. Denne tendensen så jeg igjen hos mine informanter. Anja, Hans, Jon, Grethe og Dag, halvparten av informantene, klaget alle over at det var vanskelig å sette seg inn i personverninnstillingene til Facebook. Frank hadde fått noen andre til å sette opp innstillingene, så han hadde derfor ikke selv vært inne og sjekket. Grethe, hadde i likhet med Frank, også valgt minste motstands vei og fikk hjelp av tanten til å opprette en konto og sette opp personverninnstillingene. Da innstillingene på Facebook ble forandret etter opprettelsen av kontoen hadde hun ikke prøvd å sette seg inn i det, men satset på at alt var i orden. Hans nevnte at han en gang tilfeldigvis hadde kommet inn på personvernssiden, og trengte under intervjuet hjelp med å finne tilbake. ”Ja jeg finner det aldri igjen. Var helt tilfeldig at jeg kom inn der første gangen. Helt sykt system. [...] Jeg måtte streve for å finne det”. Anja synes også at personvernssiden var problematisk: ”Det er jo litt forvirrende, jeg har jo ikke akkurat helt fått til den siste. Kan være det virker litt som at de vil at folk ikke skal forstå.” Anja hadde aldri vært inne på siden med de avanserte innstillingene, hun hadde bare sett ”kontrollsidene” som ble implementert i 2010. Hun var ikke klar over at

det fantes flere sider hvor hun kunne forandre innstillingene, ei heller at hun kunne bestemme om de som søkte etter henne hadde tilgang på informasjon som venneliste, interesser og lignende.

Ingen av de tre informantene som ikke hadde gjort noe med personvernsinnstillingene kunne sies å ha tatt et særlig aktivt valg angående om de skulle lukke profilen sin eller ikke. Christine fortalte i intervjuet at hun trodde profilen var lukket, men at hun ikke hadde vært innom personvernsiden. Hun hadde egentlig ikke tenkt særlig over det. Dag forklarte derimot at han hadde prøvd å finne det, men ikke fått det til og klaget over at det var så vanskelig å finne frem til akkurat den delen. Etter at han ikke fant frem hadde han rett og slett gått over til å ikke bry seg lenger; ”Det er en blanding mellom tillit og lathet, regner med at det ikke blir misbrukt. Bryr meg ikke nok til å gjøre noe med det”. Den tredje informanten Jon hadde aldri hørt om personvernsinnstillingene og ble overrasket da jeg viste ham hvordan man finner dem.

Det som ble tydelig under intervjuene var at de som hadde tatt et standpunkt hadde valgt å skjule informasjonen sin, mens de som hadde åpen profil ikke hadde dette på bakgrunn av et helt bevisst valg. De hadde rett og slett beholdt standardinnstillingene. Tidligere forskning viser at standardinnstillingene til et program betyr noe, fordi mange velger å ikke forandre på dem (boyd og Hargittai 2010). Derfor kan vi anta at Facebook-lederne har tatt et bevisst valg når de har laget standardinnstillingene. Ved å gjøre litt av informasjonen på profilene skjult i standardvalget unngår de å få klager som sier at standardinnstillingene er helt åpne, mens størsteparten av det brukergenererte innholdet på Facebook likevel er åpent for alle.

7.4 Media og personvernsdiskusjoner

Hvordan informantene hadde blitt informert om personvernsiden og om å beskytte seg på nett varierte veldig, men det var noen momenter som gikk igjen. Det viste seg at elevene hadde hatt en norsktime hvor de hadde blitt informert om hvordan bedrifter brukte Google og Facebook til å sjekke ut kandidater som hadde søkt på stillinger. Dette hadde tydeligvis satt preg på en del av elevene, og spesielt Hans var veldig bekymret for det. ”Jeg fikk litt angst fordi vi hadde en norsktime der vi hadde om jobb og ansettelsesprosesser. Da snakket læreren om at en bedrift alltid sjekker opp personen de vil ansette. At de søker på Internett etter informasjon.” Dette var en av grunnene til at han hadde skjult sin konto og det gjorde også at han vanligvis var påpasselig med hva han la ut. Foreldre hadde også innvirkning på hvorvidt

informantene hadde blitt oppmerksom på personvern. Eirin fortalte at hun hadde blitt oppmerksom på personvernsspørsmål etter at faren hadde sett profilen hennes og tatt seg en prat med henne: ”Før var jeg ikke obs på det. Men så har jeg snakket litt med min far. Han er tydeligvis inne og sniker på min Facebook-profil.” Hun har også på bakgrunn av diskusjoner med faren valgt å slette informasjon på siden og forandret på personverninnstillingene.

De av informantene som leste aviser stilte seg alle positive til at media skrev om personvernsspørsmål (selv om Dag nevnte at media i noen tilfeller gikk litt langt i sakene, siden han ikke synes det var interessant å lese hva noen hadde sagt på Twitter). Hans mente at det var viktig å snakke om slike spørsmål i media ”Jeg synes det er bra de tar det opp. Da blir folk mer bevisst på at [informasjon] kan bli misbrukt.” Dag argumenterte også for at det var viktig at media dekket aktuelle spørsmål om Facebook, da Facebook var blitt en del av hverdagen for mange. Anja forklarte at hun hadde hørt om personverninnstillingene i media, men at hun likte å tro at hun selv ville ha kommet til samme konklusjon selv om media ikke hadde dekket saken. Dette kan gjøre det aktuelt å tro at siden brorparten av informantene (de som fulgte med i media) stilte seg positive til mediedekningen av Facebook så kan de ha fått en viss innflytelse derfra til å ta et standpunkt til personvern, da media har vist seg å ha innvirkning på hvorvidt brukere stenger profilen sin eller ikke (Young og Quan-Haase 2009). Flere av informantene forklarte også at de så på det å beskytte seg selv som helt normalt å gjøre. Jon som ikke hadde hørt om personverninnstillingene før, var også en av dem som ikke leste aviser og lignende. Her kan vi også gå tilbake til Prenskeys teorier om digitalt innfødte. Mine informanter er i høyeste grad digitalt innfødte, og at de ser på det å beskytte informasjonen sin på Facebook som det normale å gjøre er kanskje helt naturlig for dem. De begynte å bruke Facebook etter at brukerne hadde blitt gjort oppmerksomme på personvernproblematikken på tjenesten og da hadde kanskje allerede trenden med å beskytte profilene sine startet. Likevel er det bekymringsfullt at informantene, selv om de kan betegnes som digitalt innfødte, likevel hadde problemer med å forstå flere av personverninnstillingene.

Ingen av informantene svarte positivt på spørsmålet om personvern var noe de diskuterte med vennene. Eirin nevnte at hun ved en anledning hadde bedt en venninne om å passe på at et album hun la ut bare kunne bli sett av venner, men ellers var det lite snakk om det. Personvern ble rett og slett ikke sett på som interessant nok å snakke om. Selv om flere av informantene forklarte at de ofte snakket om ting på Facebook i skoletiden, var dette mer innholdet på Facebook og ikke selve systemet. Likevel kan en tro at flere av dem har diskutert personvern,

bare ikke brukt det nøyaktige ordet, da flere av informantene pekte på at de var i den senere tid blitt mer oppmerksom på hva de la ut av informasjon på siden sin.

7.5 Falsk informasjon

I 2007 fortalte 46% av brukerne av sosiale nettverkstjenester som hadde profiler som var åpne for alle at de la ut falsk informasjon på profilene sine som en metode for å beskytte seg selv (Lenhart og Madden 2007). Derimot var det ingen av mine informanter som svarte at de hadde brukt falsk informasjon. Det som gikk igjen var at det var viktig for informantene at profilen deres inneholdt et ekte bilde og ekte navn. Frank fortalte at det var fordi han ville at profilen skulle vise hvem han var, slik at folk kunne være sikker på at det var den Frank de kjente. Jon bygget opp under dette da han presiserte at profilen var et bilde på han, og at folk som søkte etter han med en gang skulle vite hvem han var. Dette støtter annen forskning som også har konkludert med at brukere i veldig liten grad bruker falsk informasjon som en måte å beskytte seg selv på. Young og Quaan-Hase (2009:272) forklarer det på denne måten

[...] students do not perceive the use of fake or inaccurate information to be a useful protective measure. Interview data suggest that students consider the falsification of personal data information to be impractical and confusing because their friends and peers would question the validity of the information disclosed.

Med andre ord er profilen et bilde på brukeren, og falsk data vil gi et feilt bilde av brukeren. Mens rapporten til Lenhart og Madden tok for seg sosiale nettverkstjenester generelt (med en overvekt av MySpace-brukere), fokuserte Young og Quaan-Hase spesielt på Facebook. Her er det viktig å være klar over at MySpace og Facebook fremstår som to veldig forskjellige sosiale nettverkstjenester, der MySpace lar brukerne bruke kallenavn, mens Facebook oppfordrer brukerne til å bruke ekte navn. I tillegg til oppfordringen er, som tidligere nevnt, konvensjon på Facebook å bruke ekte navn og bilder på profilene (Guribye 2007), noe som garantert har hatt innvirkning på hvorfor informantene ikke brukte falsk informasjon. Når de ser hvordan andre bruker Facebook, får informantene en slags forståelse om at det er slik tjenesten skal brukes.

7.6 Privat eller offentlig sted

Jürgen Habermas sin teori om den borgerlige offentlige sfære (bourgeois public sphere) er en kjent og vidt debattert teori. Han beskrev et fenomen som vokste frem i England, Tyskland og Frankrike på 1700- og 1800-tallet, og denne offentlige sfæren ble beskrevet som et sted hvor privatpersoner kom sammen for å diskutere emner av offentlig interesse (Habermas 1989:27). I stor grad var disse stedene kafeer eller offentlige plasser og i noen tilfeller brukte de bøker. Nå mener likevel flere at den offentlige sfære, slik som Habermas beskrev den, har fått en ekstra dimensjon ved hjelp av massemedia og internett. De argumenterer for at den offentlige sfære på mange måter har blitt både lokal og global (Castells 2008). I forhold til Habermas sin teori om den offentlige sfære, som et sted hvor private personer diskuterte emner av offentlig interesse, var det lite som tilsa at studentene brukte Facebook på den måten. I stor grad forklarte de meg at Facebook i hovedsak ble brukt for ”å ha det gøy” eller til å sende useriøse meldinger. Dette kan nok ha en sammenheng med alder og er på ingen måte grunn til å konkludere at Facebook ikke kan være en offentlig sfære ut ifra Habermas sine teorier. Og selv om informantene ikke benyttet Facebook som den offentlige sfære Habermas teoretiserte om var det likevel interessant å se på hvorvidt de anså Facebook som et privat eller et offentlig sted. Det er fordi det er sannsynlig at det kunne ha en innvirkning på hva de delte og hvorvidt de brukte personverninnstillingene.

På spørsmål om de så på Facebook som et privat eller offentlig sted var informantene veldig uenige. Brede mente at Facebook var et privat sted, da det bare var de han var venner med som kunne se innholdet. Anja derimot var usikker på hvordan hun skulle se på Facebook. Informasjonen hennes var bare tilgjengelig for vennene, men hun mente at informasjon som lå på nettet i utgangspunktet ikke var skjult: ”Du må samtidig tenke på at det er ingen dagbok du skriver som ingen skal se, det ligger jo ute”. Dag mente at Facebook var en merkelig blanding, det var i utgangspunktet et offentlig sted, men man kunne gjøre deler av det privat. Eirin mente at Facebook ikke var privat fordi man hadde for mange venner der inne. Hun så på Facebook som en forminket offentlig plass. Det er en interessant måte å se på Facebook, og støtter opp under tanken jeg var innom tidligere om at informantene så på Facebook som et lite samfunn. Grethe, Christine, Iselin og Jon mente alle at Facebook var et offentlig sted. Christine pekte på at det eneste en kunne se på som privat på Facebook var de private meldingene og chatten. Alle andre deler av Facebook mente hun var offentlig.

Hvorvidt Facebook er et privat eller et offentlig sted har blitt mye debattert, både i media og forskning, og kommer nok til å bli diskutert enda mer i årene fremover. Jeg skal ikke prøve å komme til noen konklusjon på det temaet i denne oppgaven. Likevel er det interessant å se at informantene i stor grad mente at Facebook var et offentlig sted, også etter at de hadde lukket profilen sin. I utgangspunktet så jeg for meg at informantene ville se på Facebook som et privat sted, da tidligere forskning har vist at unge ser på Facebook som sitt private sted (West, Lewis og Currie 2009). Når hovedparten av informantene betegnet Facebook som offentlig kan det bety at måten unge ser på Facebook forandrer seg. Kanskje de har blitt gjort oppmerksom på episodene som har vært i media den siste tiden, og dermed fått et annet bilde på Facebook enn tidligere.

Brede var en av dem som mente at Facebook var et privat sted. Han var også den av informantene som hadde færrest venner på Facebook og var veldig streng med å tillate hvem som fikk se hans informasjon. Det virker å være en klar sammenheng mellom hans bruk og forståelse av Facebook. Siden de andre informantene hadde oppimot 600 venner på Facebook, hvorav flere av dem klagde over at de fikk oppdateringer fra folk de egentlig ikke kjente, er det naturlig at Facebook for dem fremstår som mer offentlig enn for en person som har nøye valgt ut hvem som skal ha tilgang til hans profil. Eller kanskje Brede har få venner nettopp fordi han hele tiden har sett på Facebook som privat?

På bakgrunn av medieoppslag, der statusoppdateringer på Facebook har blitt gjenstand for store kontroverser, tror jeg at det er en sunn holdning fra informantene å se på Facebook som et offentlig rom, noe Eirin illustrerer fint med kommentaren "[...] du kjenner ikke Facebook-vennene dine 100%, det gjør i alle fall ikke jeg". Dermed kan de kanskje unngå pinlige og ubehagelig situasjoner.

7.7 Oppsummering

Personverninnstillingene på Facebook har gått igjennom flere runder med forandringer og oppdateringer, senest i 2010. De fleste forandringene har blitt møtt med kritikk, hvorpå Facebook-utviklerne igjen har gjort nye forandringer for å imøtekomme kritikken. Likevel er det tydelig at Facebook-skaperne ønsker at informasjonen som ligger på Facebook-profilene skal være mest mulig tilgjengelig. Dette er tydelig fordi de anbefalte innstillingene fremhever viktigheten av å dele mest mulig informasjon med flest mulig, selv om de sier at kanskje ikke

alt bør deles med alle. Rett etter lanseringen av Facebook var det få som hadde beskyttet profilene sine, men det har vært en økende trend de siste årene å stenge profilene sine for andre enn de på vennelisten. Av mine informanter hadde syv av ti forandret innstillingene, noe som samsvarer med nyere forskning. Det informantene bekymret seg mest over var at fremmede skulle få se informasjonen deres, og i hovedsak dreide dette seg om bilder.

Flere av informantene mente personverninnstillingene var vanskelige å sette opp, og at det var forvirrende å vite hvilke innstillinger som skjulte hva. Men de så på det som helt naturlig å beskytte informasjonen sin. Konvensjonen på Facebook er å bruke ekte navn og bilde på profilen, og informantene fulgte dette. De mente at profilen var et bilde på dem og at de derfor måtte bruke ekte informasjon. De fleste av informantene så på Facebook som et offentlig sted, noe som strider imot tidligere forskning (West, Lewis og Currie 2009). Dette betydde likevel ikke at de ville at hvem som helst skulle ha tilgang til informasjonen, men at informasjon som lå ute på Facebook ikke kunne betegnes som privat. Den eneste informanten som så på Facebook som et privat sted var også informanten med færrest venner og størst kontroll over hvem han la til på tjenesten. Dette har nok en sammenheng på med hans forståelse av Facebook som et privat sted, da statusoppdateringer og bilder fra nøye utvalgte personer er mer privat enn statusoppdatering og bilder fra personer du knapt kjenner.

Når det nå har kommet frem at informantene i stor grad beskyttet informasjonen, er det viktig å gå igjennom hvem informantene delte informasjonen med.

8. Hvem deler vi til?

Hvis jeg spurte noen om de ville stille seg midt på Torgallmenningen i Bergen og skrike ut privat informasjon om seg selv, så ville nok de fleste takket pent nei. Likevel kan vi på mange måter sammenligne hvordan mange bruker Facebook med å stille seg opp på Torgallmenningen og rope. Riktig nok vil vedkommende se sin nærmeste vennegjeng rett foran seg på plassen, men et hundretall andre personer (og i noen tilfeller enda flere) vil stå bak hushjørnene og sniklytte. For den som roper kan det kanskje virke som om det bare er de som er synlige får informasjonen, mens det i realiteten er mange flere som kan høre skrikene

8.1 Deler til de vi kjenner best

Selv om studier har konkludert med at brukerne av sosiale nettverktjenester vil at andre skal se informasjonen deres (boyd 2008), og også mine egne funn tilsier dette, betyr dette ikke nødvendigvis at brukerne vil at alle skal se denne informasjonen. Det viser seg nemlig at brukere ofte ikke vil at alle som har tilgang på informasjonen skal se den (Pike, Bateman og Butler 2009). Det som fort ble tydelig under intervjuene var at informantene var uoppmerksomme på nøyaktig hvem de delte informasjonen med. Informantene forklarte at de i hovedsak la ut informasjonen for at de nærmeste vennene skulle se den. ”Jeg skriver for de jeg kjenner best, de i klassen” (Anja), ”Det er vel egentlig kompisgjengen. De jeg sitter med en lørdagskveld” (Dag). Selv om de på et plan var bevisst at andre personer kunne se informasjonen var ikke det noe de tenkte nøye over. ”Jeg tenker ikke at det går ut til alle, det gjør jeg ikke”(Jon). Alle informantene unntatt en forklarte at statusoppdateringene, bildene og annen informasjon i stor grad var myntet på helt spesifikke personer. Dette er et fenomen som Shirky (2008) mener er vanlig for brukergenerert innhold, der en stor grad av innholdet rett og slett ikke er ment for alle som kan se det. Flere av informantene forklarte også at de hadde venner fra forskjellige grupper og sosiale lag på Facebook, og at de la ut forskjellig informasjon til de forskjellige personene. Christine, som var den personen med flest venner, forklarte at hun som oftest delte informasjon til de nærmeste, uten å tenke nøye igjennom hva hun delte eller hvem hun delte det med. Men hun var likevel klar på at hun i hovedsak ønsket at de som statusen var myntet på, var de som skulle svare. ”Som oftest er det jeg legger ut noe interngreier eller lignende, så jeg vil egentlig bare at de skal kommentere det”. Dette gjenspeiles i intervjuer utført av David Brake for boken ”Personlige medier”. I Brakes kapittel

intervjuer han flere bloggere og diskuterer hvem bloggerne skriver for, eller tror de skriver for. Han fokuserer på åpne blogger hvor eieren ikke har skjult innholdet, men likevel skriver med et bestemt publikum i tankene. De intervjuede bloggerne syntes ofte det var ubehagelig når andre personer enn det tenkte publikum kommenterte på deres blogg (Brake 2007:152). UiB- lektoren som jeg skrev om i innledningen er et annet eksempel på en person som kanskje ikke var oppmerksom nok på hvem hun delte statusoppdateringen sin med. Etter at lektoren fikk sin klage avvist av PFU kommenterte Sven Egil Omdal at ”Den som vil ha lojale venner som ikke løper på bygda med alt som blir sagt, får kjøpe seg et par bikkjer. Facebook er åpenbart et dårlig alternativ” (Omdal 2011). I stor grad fokuserer Omdal i kronikken sin på medias behandling av sitater hentet fra Facebook, men han har et godt poeng når han forklarer hvordan BT fikk tak i lektorens statusoppdatering: Han anser det ikke som merkelig at minst en av de 400 som hadde tilgang til å se lektorens oppdatering reagerte på den, og han mener at ”det må alle regne med som har flere enn tre Facebook-kontakter” (Omdal 2011). Selv om lektoren hadde andre universitetsansatte i tankene da hun delte denne omdiskuterte statusoppdateringen ble den likefullt synlig for alle andre i hennes nettverk, hvorav noen tydeligvis reagerte på uttalelsen. Å si samme kommentaren i lunsjpausen på UiB hadde neppe vært noe problem, det ble det først når hun meddelte dette ”sukket” til hele nettverket sitt.

Et annet moment var flere av informantenes tankegang om at ”andre ikke bryr seg” eller at de selv ikke var interessante nok til at noen ville se på informasjonen deres. Dermed ble det ikke så viktig at flere enn det tiltenkte publikum fikk tilgang på informasjonen. Grethe så på det å dele informasjon med hele vennelisten på denne måten: ”Det er vel først og fremst vennene mine jeg deler til. Resten får også se det, men jeg tror ikke de bryr seg så mye.” Hun fokuserte på at det hun skrev ikke var interessant nok til at de som informasjonen ikke var ment for ville bry seg, og derfor var det ikke et problem. En lignende oppfatning hadde Dag, som anså det han hadde lagt ut som ” greit nok”, og mente at det ikke ville utgjøre noe problem ”Jeg føler at hvis jeg legger ut noe, så vil de fleste bare se så vidt på det, de bryr seg ikke og går bare videre”. Han hevdet han var klar over at informasjonen ble offentlig tilgjengelig, men i hans øyne var ikke det han la ut viktig nok til at andre ville bry seg. Brake så samme tendens hos mange av sine bloggere, hvorav flere nevnte at det fantes så mange blogger at andre enn det tiltenkte publikum ikke ville bry seg med den ene bloggen. Likevel hadde en av bloggerne i undersøkelsen mistet jobben på bakgrunn av noe han hadde skrevet (Brake 2007:146).

Litt av faren med Facebook er at det for mange ikke er tydelig hvem man deler informasjonen med. Selv om man har begrenset informasjonsdelingen til bare venner er det man legger ut på Facebook sjelden ment for alle på vennelisten. Brukeren interagerer som oftest med de samme personene og kan derfor sitte igjen med et ubalansert bilde av hvem informasjonen går ut til. Dette blir videre forsterket av at Facebook aktivt filtrerer hvilke profiler du får opp i nyhetsoppdateringsfunksjonen, der profiler til personer du aktivt kommuniserer med eller er innom blir prioritert over andre profiler. ”Ute av øye – ute av sinn” er et passende ordtak i denne sammenheng. Brukerne kan gjøre det mulig å få oppdateringer fra hele vennelisten, men den innstillingen kan være vanskelig å finne og mange ender nok opp med standardinnstillingen.

Det er også viktig å fokusere på at informasjon vi selv ser på som harmløs, som for eksempel interne spøker, kan oppfattes svært ulikt av de forskjellige personene på vennelisten. Et fint eksempel på dette er den tidligere nevnte varaordførers ”spøk” om Stella Mwangi.

8.2 Flate relasjoner og vennekriterier

Mennesker knytter seg til personer på flere forskjellige måter. Noen er nære venner, andre er fjerne venner, kollegaer, bekjente, naboer eller familiemedlemmer, og langt flere kategorier finnes. Menneskene rundt oss blir klassifisert i mange forskjellige roller og hierarkier, som er en måte for oss å forholde oss til å ha så mange kontakter rundt oss (Johnson 2001). Likevel går Facebook, og andre sosiale nettverkstjenester, i stor grad vekk fra disse rollene og hierarkiene og flater ut nettverkene fra dagliglivet (boyd 2008). Ved å klassifisere alle kontaktene en person har som ”venner”, gjør ikke tjenesten det lenger mulig for andre å skille mellom nære venner og fjerne bekjente. Det er i mange situasjoner umulig for andre å vite hvorvidt de på en brukers venneliste er gode venner eller bare noen brukeren så vidt kjenner. Båndene mellom brukerne blir med andre ord gjort homogene for de andre brukerne (boyd 2008). Facebook synliggjør ens sosiale nettverk, og gjør det mulig å legge til mange forskjellige kontakter som venner, men det gir også få muligheter for å administrere disse vennene på en god måte. Selv om utviklerne nå har lagt til muligheten for at en kan putte vennene inn i forskjellige grupper er dette ikke bare en tidkrevende jobb, men resultatet er også usynlig for andre brukere. Dette har også bydd på problemer for spesielle grupper mennesker som er medlem av flere forskjellige nettverk som tidligere har vært lett å skille (boyd 2008). Et slikt problem oppstår når lærere og elever knyttes sammen. Dersom en lærer

har bekjenskaper som ikke sømmer seg i skolesammenheng og samtidig har elever som venner på Facebook kan det bli spørsmål rundt hvorvidt læreren er egnet til jobben. De forflatede relasjonene viser seg altså å være svært vanskelig å forholde seg til på sosiale medier.

8.2.1 Vanskelig å si nei

Mange sliter når de skal lage gjestelister til store arrangementer. Hvem skal man invitere og hvem skal man la være? I mange tilfeller kan det komme reaksjoner i etterkant, hvor noen indignert spør om hvorfor de ikke ble invitert. Mange vil svare at invitasjonen må ha blitt borte i posten eller finne på en annen unnskyldning. Sjeldent vil man svare at en rett og slett ikke ønsket at personen skulle være tilstede. Det er sosial etikette som gjør at vi i mange situasjoner ikke forteller høyløst om de forskjellige relasjonene til de rundt oss, for å slippe å komme i vanskelige situasjoner (boyd 2008). Likevel har Facebook gjort slik at brukerne ofte befinner seg i en omgivelse hvor man ikke har noe annet valg enn å synliggjøre ens nettverk for alle man kjenner (Tufekci 2008).

Som nevnt tidligere i oppgaven er nettverkene i Facebook veldig svart/hvitt: enten så er man venner eller så er man ikke. Og dette skaper et problem. Hvor går grensen? Hva er en venn? For mange blir det veldig problematisk når de åpenlyst må fortelle hvorvidt de ser på en annen person som venn eller ikke. Og det er ofte vanskelig å skylde på andre faktorer angående om en har godtatt en venneforespørsel eller ikke, fordi man blir tvunget til et aktivt valg ved at forespørselen har en prominent plassering når man logger inn på Facebook. Dette gjør at mange brukere føler seg presset til å akseptere forespørsler fra personer de ikke anser som venner, fordi de vil unngå eventuelle problemer som kan oppstå ved å avslå noen (boyd 2008). Denne problematikken så jeg igjen hos flere av mine informanter som forklarte hvorfor de godkjente venneforespørsler fra folk de så vidt kjente. Anja og Eirin forklarte at de i de fleste tilfellene godtok slike forespørsler, selv om de sjeldent sendte slike ut selv. I deres øyne ble det feil å si nei til slike venneforespørsler, selv om de egentlig ikke ønsket å ha dem der. ”Altså når jeg vet hvem de er så synes jeg egentlig det er veldig teit å si nei til dem. Jeg godtar de, det er jo liksom helt greit, fordi jeg kjenner dem jo” (Anja). ”Når jeg har fått sånne forespørsler så må jeg godta de. Det blir på en måte feil å ikke gjøre det” (Eirin). I deres øyne var det en norm å godkjenne alle en kjente når de sendte forespørsler. Andre informanter prøvde en litt annen metode når de fikk forespørsler fra folk de ikke ville legge til som venn

på tjenesten, nemlig å overse invitasjonen. Det å aktivt avvise dem var vanskelig, selv om de visste at personen som hadde sendt forespørselen ikke fikk noen form for beskjed om at de var blitt avvist. Det følte bedre å ikke gjøre noen ting.

Jeg bare later som jeg ikke har fått de. Jeg ser for meg at de sitter hjemme og tenker, hvorfor har han ikke lagt til meg. Hvilken kødd er dette egentlig? Men det er jo klart at de ikke gjør det. Så jeg pleier bare å late som at de ikke finnes før om 6 måneder senere når jeg møter de og de sier, 'hva er greien med at du ikke har lagt meg til', og da gir jeg etter og legger dem til som venn (Dag).

Dag forklarte at han i de fleste tilfeller overså forespørselen helt til det eventuelt ble en sak utav det og da klarte han ikke å si nei. Selv om han egentlig ikke ønsket at personen skulle ha tilgang til Facebook-profilen hans, så han på det som et større problem å forklare et eventuelt avslag. Han ville med andre ord ikke offentliggjøre en eventuell misnøye.

Brede fulgte også Dag sin taktikk med å overse forespørsler fra personer han ikke ville legge til, men han hadde funnet en slue metode der han kunne unngå at det ble "offentlig" at han ikke godkjente forespørselen.

Jeg har fått venneforespørsler fra folk som jeg kjenner og som jeg egentlig ikke har så veldig lyst til å være venner med. Altså, jeg kjenner dem, men jeg har liksom ikke noe kontakt med dem, eller noe til overs for dem egentlig. Også har jeg så utrolig dårlig samvittighet for å si nei, så jeg har sånn liste med folk som jeg ikke trykker på. Så bare venter jeg to måneder og tilslutt trykker jeg på ja, også går jeg inn på dem også trykker jeg "fjern fra vennelisten". Fordi da kommer det opp at vi blir venner, men så kommer det ikke opp melding om at jeg har fjernet dem som venn.

Selv om Brede var klar over at personene ikke ville være synlig i vennelisten hans, siden han fjernet dem, så han for seg at ingen ville bry seg med å sjekke listen nøye. Så lenge det kom opp at han hadde lagt dem til som venner, før han fjernet dem, så synes han det var godt nok.

Brede var den av informantene som var strengest med hvem han la til som venn på Facebook. De han godtok som venn var nære venner og folk han snakket med. For ham var det viktig at han kunne føle seg trygg med å dele informasjon med alle han la til. Christine var i andre enden av skalaen og var den av informantene som hadde flest venner. Hennes kriterier for å legge til noen som venn var at de i alle fall måtte ha felles venner. Hun fortalte at hun ikke var veldig streng med hvem hun la til og godtok de fleste venneforespørselene hun fikk. "Hvis man har møtt noen en gang så legger man dem gjerne til. Jeg godtar dem, hvis jeg vet sånn

halvveis hvem de er.” Hun ville derimot ikke legge til folk hun ikke visste hvem var eller ikke hadde felles venner med. Hun hadde derimot lagt til noen skuespillere som venn på Facebook, fordi hun synes det var kult.

Eirin hadde tidligere hatt samme filosofi som Christine, men hadde i den senere tid blitt mer streng med hvem hun la til. Hun hadde også gått til det steget at hun hadde slettet personer fra vennelisten. Likevel hadde hun fremdeles noen hun ikke kjente som venn fordi det var personer som hadde sendt flere venneforespørsler over tid. Til slutt hadde hun blitt så lei av å få de at hun hadde lagt dem til. Dette viser hvordan mange Facebook-venner i stor grad kan kalles tvangsvenner. Det er vanskelig å si nei og det å aktivt avvise noen, spesielt når en er tenåring, kan by på veldig ubehagelige situasjoner.

Tidligere studier har vist at vennelisten blir brukt som en slags popularitetsmåler der det å ha et høyt antall venner på listen gjør at mange legger til personer de egentlig ikke kjenner (Skog 2008). Dette var ikke gjeldende hos mine informanter der flere forklarte at antall venner de hadde på vennelisten var uviktig. I flere tilfeller mente de det var mer negativt med et høyt antall venner på listen. Hans ble ofte mistenkesom når en person hadde mange venner på Facebook. ”Da tenker jeg sånn, ’hva er det han tenker med’ eller ’hva er det hun prøver på?’. Da er det mer sånn mistenkelig tenking. For meg er det bedre å ha mindre enn for mange”. Grethe mente at hun noen ganger stusset når noen hadde få venner inne på tjenesten, men hun forklarte også at hun så på det som mer merkelig når noen hadde veldig mange venner. ”Du tenker kanskje litt at de som har sånn kjempe få venner ikke er så veldig populære. Men så har du også de som har kjempe mange. Sånn som en som har over 1000 venner, hvor godt kjenner han egentlig de?” Det ble også gitt uttrykk for at vennelisten hadde vært viktig når de var yngre, altså på ungdomsskolen, men at de nå hadde vokst i fra dette. ”Men tidligere, for eksempel på ungdomsskolen så var det skikkelig status å ha mange venner” (Anja). ”På ungdomsskolen snakket vi mye om det. ’Åh du har mere venner enn meg’ og sånt. Men nå bryr jeg meg ikke om det.” (Eirin). Det var altså ikke fordi de ønsket å ha mange på vennelisten som gjorde at de la til folk de så vidt kjente, det var fordi informantene måtte ta en offentlig avgjørelse på hvem som var venner og hvem som ikke var det, og dermed endte opp med å legge til flere personer enn de egentlig ønsket. De turte rett og slett ikke å si nei.

8.2.2 Foreldre som venn

Det å ha foreldre som venn på Facebook har i tidligere forskning blitt betegnet som et stort problem for unge Facebook-brukere, da mange ønsker å separere familie og venner (West, Lewis og Currie 2009). Informantene mine hadde derimot i stor grad delte meninger om temaet. Mens noen av dem aldri ville godta foreldrene som venn, var det andre som mente det var helt uproblematisk å gjøre det. Hans hadde ingen problemer med å legge til foreldrene i vennelisten: ”jeg har de som venn og det står sånn at de er mine foreldre”. Dag på sin side hadde bare valgt å legge til faren. ”Jeg har lagt til min far. [...] Min mor har jeg ikke lagt til selv om hun har spurt om det. Det ligger noen videoer der, og jeg vil rett og slett ikke at hun skal se alt som ligger på Facebook”. Selv om Dag tidligere hadde hevdet at han var klar over at informasjonen han la ut var offentlig (kapittel 8.1) fordi han ikke hadde skjult profilen, prøvde han likevel å stenge ute moren fra profilen ved å ikke legge henne til på vennelisten. Dette er et eksempel på at mange ikke alltid er oppmerksomme på hvem som egentlig har tilgang til informasjonen. Eirin synes det var problematisk å ha faren som venn på Facebook, spesielt siden han, som nevnt tidligere, aktivt var inne på profilen hennes og sjekket den ut. Eirin forklarte også at hun ikke kunne la være å ha faren som venn på Facebook fordi å fjerne ham ville være det samme som å innrømme skyld, og det var enda verre.

Forlegenhet var også aktuelt når det kom til hvorvidt informantene ville legge til foreldrene som venner eller ikke. Christine hadde valgt å ikke legge til foreldrene fordi de ville skrive kommentarer på profilen hennes og ikke ville forstå hvordan hun brukte Facebook. ”De kommenterer ting. De vil ikke skjønne at det jeg skriver er tull”. Frank hadde også reservasjoner mot å legge til moren på Facebook, også fordi han var redd for at hun skulle kommentere på profilen hans. ”Jeg trodde det skulle bli problemer, at hun skulle skrive ’åh så fin du er’ og sånne ting, men det gjør hun heldigvis ikke.” Frank var tydeligvis bekymret over at moren skulle gjøre han flau. Informantene som er digitalt innfødte bruker Facebook på en annen måte enn foreldrene, som er digitale immigranter, og dermed kan det bli problemer når de to generasjonene kommer sammen på samme tjeneste. Selv om foreldrene til Christine neppe ville ha ment noe ondt med å kommentere på profilen hennes, ville det at de ikke skjønte hvordan hun brukte Facebook fremstå som ubehagelig for henne. Dermed valgte hun å ikke legge dem til.

Likevel var mine informanter splittet i dette synet. Noen, som for eksempel Eirin, så på det som ganske forferdelig at foreldrene var på Facebook, mens andre informanter ikke så på det som et problem i det hele tatt.

8.3 Oppsummering

Informantene var i stor grad uoppmerksomme på hvem de delte informasjonen sin med. Det de delte av informasjon var for det meste myntet på de nærmeste vennene, og det var dem de ønsket svar fra. De forflatede relasjonene på Facebook var også vanskelig å forholde seg til når ulike grupper kom sammen. Flere av informantene så på sin egen informasjonsdeling som uinteressant for andre enn de den var myntet på, og viste til at andre bare ville overse denne delingen. Facebook gjør det også utydelig hvem en deler informasjonen med, da de som standard filtrerer hvilke nyhetsoppdateringer brukerne får. Jeg så også tendenser til at det var en sammenheng mellom antall venner på Facebook og mengden informasjon som ble delt. Den personen med flest venner var også den personen som utvilsomt delte mest og oftest. Informantene var delt i synet på å ha foreldre som venner på Facebook, rundt halvparten mente det var ok, mens resten helst ville unngå det. I tillegg var kriteriene for å legge til noen som venn lave, og var preget av at informantene hadde problemer med å si nei til venneforespørsler de fikk inn. Derfor valgte mange å si ja til personer de egentlig ikke ville ha på vennelisten, fordi det å aktivt avvise dem ble sett på som et større problem enn å ha dem på listen.

9. Konklusjon

Målet med denne oppgaven var å få en dypere forståelse av hvorfor ungdom velger å bruke Facebook og hvorfor de villig deler mye informasjon om seg selv på nettstedet. Jeg har prøvd å få et innblikk i hvilken tankeprosess som har ligget bak informasjonsdelingen, hvor bevisste brukerne er på det de deler og hvem de deler med. Gjennom intervjuer og sammenligninger av tidligere forskning har jeg oppnådd en større forståelse for hvorfor disse ungdommene gjør som de gjør.

Resultatet i denne oppgaven viser at informantene både fraviker og samsvarer med annen tidligere forskning. Hypotesene jeg presenterte i begynnelsen av studien har vært sentrale under hele arbeidet og jeg vil derfor teste disse hypotesene i konklusjonen.

9.1 Hypotese 1

H1: Ungdommene bruker Facebook for å føle seg som en del av gjengen og deler informasjon for å få tilbakemeldinger.

I de siste årene har Facebook fått en stor plass i livet til mange og det har oppstått en slags oppfatning av at "alle" bruker det. Dette ble spesielt tydelig under intervjuene der mange av informantene la vekt på at de begynte med Facebook fordi det var det "alle andre" brukte. Flere påpekte også at det var viktig for dem å være tilstede på Facebook for å kunne føle tilhørighet og samhold med vennegjengen. Facebook ble beskrevet som en viktig del av hverdagen, og å stå utenfor virket som ganske katastrofalt. Nå er det viktig å vite at ungdom i 17-års-alderen er veldig opptatt av å bli godtatt og å være inkludert, men en skal ikke se bort fra at denne tankegangen er gjeldende også i andre aldersgrupper. Når mye av samfunnsdiskursen og det vanlige trivielle snakket er sentrert rundt denne sosiale nettverkstjenesten er det nok mange som blir brukere bare for å kunne delta i samtalene. Man kan tenke seg at Facebook-skaperne har hatt en strategi om å være kontroversiell for å få oppmerksomhet og at flere dermed skulle ta det i bruk for å kunne mene noe om det. Det er likevel tydelig at Facebook har en essensiell funksjon for aldersgruppen som denne studien har fokusert på, noe som viser at første del av hypotese 1 var viktig for informantene. Det er

også interessant å se at Facebook var blitt en så stor del av dagliglivet at mange av informantene ikke lenger tenkte over at de var mye innom tjenesten.

I forhold til siste del av hypotesen viste det seg at flere av informantene verdsatte tilbakemeldinger de fikk på siden høyt. I flere tilfeller ble det at de hadde fått positive tilbakemeldinger fremhevet som en av de mest positive opplevelsene med Facebook, og i andre tilfeller forklarte informantene at de la ut informasjon og bilder for å få tilbakemeldinger på dette. Det var ikke overraskende at det at det var positive tilbakemeldinger informantene ville ha. I visse tilfeller hadde noen informanter med vilje ikke lagt ut noe fordi de var redd for negative tilbakemeldinger, noe som heller ikke er rart. I tillegg kom det frem at informantene delte informasjon på Facebook for å vise hvem de var. Facebook ble brukt som en måte for informantene å vise seg frem på og gjennom informasjonsdeling kunne de aktivt fortelle vennene hvem de var. Det var også tydelig at det var et problem for flere av informantene at andre enn de selv kunne bidra med informasjon på profilen deres, spesielt bilder som ble publisert uten samtykke. De fleste informantene hadde benyttet seg av muligheten til å fjerne taggen på bildet slik at bildet forsvant fra profilen, men mange opplevde det likevel som problematisk at bildet var tilgjengelig på Facebook.

Kort fortalt er Facebook viktig for disse informantene, både som en måte å føle tilhørighet og samhold på, og som et virkemiddel for å kunne vise seg fram og få tilbakemeldinger. Dermed kan vi ut ifra denne studien konkludere med at hypotese 1 er korrekt, men at den mangler en viktig del. Informantene delte ikke bare for å få tilbakemeldinger, men også i hovedsak for å kunne vise hvem de var og skape et bilde av seg selv på tjenesten.

9.2 Hypotese 2

H2: Ungdommene benytter seg ikke av personverninnstillingene og synes de er vanskelig å sette opp.

Det ble fort tydelig under intervjuene at det har skjedd forandringer i bruken av personverninnstillingene de senere årene. Gross og Acquistis (2005) artikkel der nesten ingen hadde forandret personverninnstillingene fra standardoppsettet var ikke en tendens jeg så igjen hos mine informanter. Med syv av ti som hadde forandret innstillingene ble det klart at dette var noe de fleste hadde tenkt over. Dette betyr at første del av hypotesen ikke er korrekt.

Dermed samsvarer mine informanter med andre nyere studier som viser at det er en økende trend å beskytte informasjonen sin (Madden og Smith 2010). Likevel kom det frem at mange av informantene synes innstillingene var vanskelig å sette opp og klaget over hvordan innstillingene ble “gjemt vekk”, noe som også andre studier av norske brukere har påvist (Brandtzæg og Lüders 2009). Det bør kunne betegnes som problematisk når brukere allerede har vært innom personvernssiden før, men likevel har vanskeligheter med å finne den igjen og forstå hva de forskjellige innstillingene betyr.

Hvor mye informantene hadde tenkt på personvern og beskyttelse av sin egen informasjon varierte. For mange av dem virket det som tilstrekkelig at de hadde forandret personverninnstillingene til ”mine venner”, og dermed begrenset tilgangen på deres informasjon til personene de hadde på vennelisten. Det er også et viktig poeng at de informantene som ikke hadde forandret personverninnstillingene ikke hadde tatt et bevisst valg om å la være. De hadde enten ikke tenkt over det eller ikke vært klar over at det gikk an å forandre på innstillingene. De syv som hadde forandret på innstillingene hadde alle sammen satt dem på den strengeste innstillingen, noe som viser at det var ingen som bevisst delte mye informasjon med andre utenfor vennelisten. Det stiller spørsmålsteget til om Facebook ivaretar brukernes interesser når standardinnstillingene avviker så mye fra brukernes reelle ønsker. Funnet er også viktig fordi det understreker tidligere forskning som sier at Facebook ikke er en måte for ungdom å finne nye bekjentskap, men en måte for dem å dele informasjon med sitt allerede eksisterende nettverk (boyd og Ellison 2008). I forsterkende retning kan det også nevnes at de ungdommene som hadde forandret innstillingene så på dette som helt normalt å gjøre, og forklarte i stor grad at de hadde forandret innstillingene fordi det var logisk at de skulle gjøre det. Dette viser at holdninger om at det er viktig å beskytte informasjonen sin til en viss grad har sunket inn, og det er etter min mening positivt at det å beskytte informasjonen sin blir sett på som det logiske valget å gjøre. Hypotese 2 blir dermed delvis korrekt. Informantene hadde i stor grad forandret på personverninnstillingene, men flere slet med å sette dem opp.

9.3 Hypotese 3

H3: Ungdommene deler mye privat informasjon uten å tenke over hvem de deler informasjonen med.

Hypotese nummer 3 finner støtte i denne studien i og med at flere av informantene fortalte at informasjonen de la ut var myntet på de nærmeste vennene deres. De tenkte som regel ikke over at langt flere kunne se informasjonen. Det virket også som at flere av dem ble forvirret av begrepet venner når de brukte Facebook. Ordet venner som navn på koblingen mellom brukerne av Facebook kan gi brukerne en falsk form for trygghet. De innbiller seg at de deler med vennene sine (de personene de er med til vanlig), mens de i praksis deler med mange flere. Dette er et direkte resultat av det Boyd (2008) kaller forflatede relasjoner. Når alle personene en knytter til seg får merkelappen venner, er det vanskelig å manøvrere de forskjellige forholdene slik vi gjør til hverdags, og dermed deler brukerne informasjon med et større antall personer enn det de kanskje ønsker. Et av problemene med Facebook er at brukerne blir blinde for de "tause brukerne". Selv om noen ikke deler aktivt eller er synlig på Facebook betyr det ikke at de ikke ser det som andre legger ut. Men likevel er det naturlig å tro at Facebook-brukere i mange situasjoner glemmer at de har tause venner. Facebook kan beskrives litt i samme ordelag som Boyd (2008) brukte når hun beskrev Friendster. Selv om tjenesten var laget for at brukerne skulle bli sett, så hadde brukerne, i motsetning til i den fysiske hverdagen, liten kontroll over hvem som så på dem og når de så på dem. Selv om de fleste informantene mine hadde benyttet seg av personverninnstillingene hadde nesten samtlige flere hundre venner på tjenesten som alle fikk ta del i tankene, bildene og det andre de publiserte.

Det var tydelig at informantene til en viss grad hadde blitt mer oppmerksomme på hva de delte av informasjon. Bare to av informantene forklarte at de ikke tenkte igjennom hva som ble lagt ut på Facebook, mens resten forklarte at de var nøye med hva de delte av informasjon. Grunnen til at de hadde blitt mer nøye varierte fra foreldre som hadde pratet med dem og lærere som hadde manet til forsiktighet, til medieoppslag som gjorde at flere av informantene hadde tenkt i nye baner. Det var også tydelig at informantene tenkte igjennom hvilken informasjon som ble lagt ut fordi denne informasjonen var et bilde på dem. Det var viktig for informantene å fremstå på en viss måte på tjenesten og gjennom å være bevisst hva de delte så kunne de kontrollere hvordan de fremstod.

Det var flere ting som informantene var samstemte om at de ikke ville dele på siden, og intime bilder eller intime tanker gikk ofte igjen som noe en ikke burde dele. Informantene så på de som delte dette som ”oppmerksomhetssyke”. Spesielt gjaldt det de som fikk mange kommentarer på ting de delte, og informantene omtalte dem svært ofte i negative ordelag. Det var tydelig at det var visse normer og uskrevne regler på Facebook som de mente at brukerne burde følge.

Med andre ord så delte ikke informantene alt mulig på Facebook uten å tenke over det. De delte mye, men tenkte til en viss grad over hva de delte. I tillegg ble det mest intime og ofte familiære ting sett på som for personlig til å legge ut på Facebook. Likevel ble det tydelig at informantene delte informasjon som egentlig bare var beregnet på en liten andel av vennelisten, med hele vennelisten og de var derfor ikke fullt oppmerksom på hvem som kunne se informasjonen de la ut. Ut ifra dette kan en konkludere med at hypotese 3 er delvis korrekt. Ungdommene hadde blitt nøyere på hva de delte av informasjon, men de var i liten grad oppmerksom på hvem de delte denne informasjonen med.

9.4 Hypotese 4

H4: Det er viktig å ha mange venner på nettverkstjenesten og listen for å legge til noen som venn ligger lavt

Det ble fort tydelig at informantene mine ikke hadde oversikt over hvem de hadde lagt til som venn på Facebook. Flere av dem kunne ikke si nøyaktig hvor mange venner de hadde på listen, og en bommet faktisk med 200 venner da hun prøvde å komme på hvor mange hun hadde lagt til. Flere av informantene forklarte at de hadde skjerpet inn sine egne regler for hvem de la til som venn på Facebook. Tidligere hadde de lagt til alle som sendte forespørsler, men nå hadde de blitt *litt* strengere. Streng er et relativt begrep i denne sammenheng siden de fleste aksepterte venneforespørsler fra alle de hadde sett før. Flere påpekte også at en Facebook-venn ikke nødvendigvis var en person de ville kalt en venn i virkeligheten, så med andre ord lå listen veldig lavt i forhold til hvem de la til som venn. Informantene fokuserte mye på at det var vanskelig å si nei til en venneforespørsel. Selv om de kanskje ikke kjente personen så godt, ville det skape ubehagelige situasjoner hvis de ikke godtok forespørselen, mye likt det Boyd (2008) opplevde i sine studier av nettstedet Friendster. Likevel forklarte størsteparten av informantene at de ikke så på vennelisten som en popularitetsmåler, slik andre studier

tidligere har vist (Skog 2008). Selv om en av informantene forklarte at hun så på det som negativt å ha få venner på Facebook, var det flere som også fremhevet det å ha altfor mange venner på tjenesten som negativt. I tillegg kom det frem at det å bruke Facebook som en slags popularitetsmåler var noe som var vanlig på ungdomsskolen, men som de hadde vokst ifra.

Funnene viser at hypotese 4 også bare er delvis korrekt. Det ble ikke sett på som viktig å ha mange venner på tjenesten, men listen for å legge til venner lå veldig lavt.

9.5 Oppsummering

Det viste seg altså at informantene var oppmerksomme på personvern og at flertallet av informantene hadde beskyttet informasjonen sin. Flere av informantene forklarte også at de til en viss grad var blitt mer oppmerksomme på hva de delte av informasjon, og at personlige og intime detaljer ikke egnet seg på tjenesten. Likevel var det problemer knyttet opp mot informasjonsdelingen og den største utfordringen var ikke hvorvidt de hadde benyttet seg av personverninnstillingene eller om de delte intime detaljer, men hvem de knyttet seg til på nettstedet. Flere av informantene fremhevet at de hadde blitt strengere enn tidligere, men når de kommenterte at det holdt at de hadde “sett personen på bussen en gang” beviser dette at kriteriene for å legge til venner er veldig begrensede. I tillegg til dette kommer problemet at informantene ikke var bevisste hvem de delte informasjonen med på Facebook, noe som kan skape uheldige situasjoner lik de jeg nevnte i innledningen til oppgaven. De fleste forklarte at de brukte Facebook som om at bare de nærmeste vennene kunne se det som ble lagt ut. Når de publiserte informasjon for opp mot 600 personer, som egentlig bare var beregnet på kanskje 10 personer, kunne det fort bli problemer. En lignende effekt er tydelig i begge de to eksemplene som jeg fortalte om i begynnelsen av oppgaven (varaordføreren i Aure og UiB- lektoren). Det kan tyde på at det ikke nødvendigvis bare er mine informanter som er lite bevisst dette problemet. Noen av ungdommene er nok, i likhet med mange eldre, litt for naive i bruken når de ikke anser seg selv som interessant nok til å bli lagt merke til av andre enn sin tenkte målgruppe. Etter hvert som Facebook (eller andre sosiale nettverkstjenester) vokser frem og viser at samfunnet både består av en offline og en online verden blir det tydelig at det er viktig å lære seg hvordan en skal justere oppførselen sin etter hvor man befinner seg. Det er et problem for mange at de betrakter Facebook nærmest som et muntlig medie, når det egentlig er reglene for skriftlige ytringer som gjør seg gjeldende. Blant annet er ytringene ofte både offentlige og etterprøvbare. I noen tilfeller skriver Facebook-brukere noe de normalt sett

kunne ha sagt til enkelte av sine nærmeste, men som egentlig ikke egner seg på trykk. Det som blir skrevet på Facebook er lettere å forfølge og lettere å finne tilbake til i etterkant, i motsetning til noe som blir nevnt i forbifarten i et friminutt eller en lunsjpause. I tillegg når det langt flere.

I forhold til oppgavens overordnede tema som gikk ut på hvor bevisste Facebook-brukerne er om det de deler, viser denne studien at informantene til en viss grad er bevisst *hva* de deler, men ikke *hvem* de deler dette med. Dette bringer meg tilbake til sitatet til Zuckerberg som jeg presenterte i begynnelsen av oppgaven:

And then in the last 5 or 6 years, blogging has taken off in a huge way and all these different services that have people sharing all this information. People have really gotten comfortable not only sharing more information and different kinds, but more openly and with more people. That social norm is just something that has evolved over time (Kirkpatrick 2010).

Zuckerberg mener altså at vi er blitt mer komfortable med å dele mye informasjon med mange mennesker, men i lys av funnene virker dette som en overdrivelse. Det kan se ut som at ungdommer ikke nødvendigvis har blitt mer komfortable med å dele informasjon, slik Zuckerberg hevder, men at brukerne rett og slett ikke tenker over at de deler informasjonen med så mange som de egentlig gjør, eller at de ikke makter å gjøre noe med det. Og det er en stor og viktig forskjell.

10. Videre arbeid

Denne oppgaven har tatt for seg en gruppe Facebook-brukere som har vært lite representert i forskning om Facebook, nemlig ungdom. I stor grad har forskningen fokusert på studenter, som også er den største demografiske gruppen på Facebook. Dermed var det interessant å se hvordan de som begynner å bruke Facebook i en ung alder forholder seg til nettverkstjenesten og hvilke tanker de har rundt bruken.

Likevel har det i de siste årene kommet flere og flere eldre brukere til på Facebook, og gruppen over 30 år er den gruppen som prosentvis har vokst mest de siste årene (Synlighet 2010). Derfor kunne det vært en interessant videreutvikling av denne oppgaven å ta for seg eldre brukere av Facebook og deres tanker og forståelse rundt bruken av tjenesten. Selv om det ofte blir fokusert på unge og deres skjødesløshet i forhold til sosiale medier, viser forskning at det er en lignende tendens hos de eldre brukerne også (Christofides, Muise og Desmarais 2010), noe som gjør eldre brukere til et veldig interessant forskningsmateriale.

I tillegg er det interessant å se på hvordan Facebook ikke lenger bare er en del av hverdagen til unge, men etter hvert også en del av alles hverdag. Dette kan for eksempel være gjennom aviser som krever Facebook-innlogging før man kan kommentere artikler, politikere som oppretter fansider og bedrifter som kommuniserer med brukere gjennom sosiale nettverkstjenester. Gjennom å bli en så stor del av hverdagen kan en nesten si at Facebook i mange tilfeller blir mer og mer usynlig. Vi tenker kanskje ikke lenger over at vi bruker Facebook når vi kommenterer artikler eller linker sider videre til venner og kjente, det er bare en tjeneste som det er blitt helt normalt å bruke (noe flere av informantene mine var inne på). Jo mer usynlig Facebook blir i hverdagen jo mer er det naturlig å tro at vi tåler de følgene som den bringer med seg. Selv om nyhetsoppdateringssiden fikk mye kritikk da den kom er det nok få personer som kan forestille seg Facebook uten den nå. Shirky (2008) beskriver hvordan de største forandringene i et samfunn skjer etter at en teknologi har blitt så vanlig at den nesten er usynlig i hverdagen, og det er på mange måter det som har skjedd med Facebook. Dermed kan en annen interessant videreutvikling av denne studien være å se hvordan vi forholder oss til integreringen av Facebook, eller andre sosiale nettverktjenester, i hverdagslivet. Har denne integreringen eller usynligheten en innvirkning på hvordan vi bruker sosiale nettverkstjenester, og har hverdagene våre blitt forandret på bakgrunn av det?

11. Sammendrag – Abstract

As Facebook is becoming increasingly popular, it is important to address certain issues regarding this social networking site. One of them is how aware the users of the site are about the information they are sharing. This thesis presents an insight into the thoughts and processes behind youth's information revelation on Facebook. The aim of this thesis is to investigate what and why these Facebook users share, to what degree they protect themselves and whether they are aware who they are sharing with. This study is based on 10 qualitative interviews with Norwegian youths from age 16 to 17, where they were asked several questions regarding their use of Facebook.

The analysis allows one to conclude that these users are to a certain extent aware of what they are revealing. It also shows that they control how they appear on the social networking site through revealing only a certain kind of information. Most of these users have also edited their privacy settings, thus restricting who has access to their profiles. It is apparent that saying no to friend requests is a challenge, causing users to add more people to their friends list than they really want to. Along with these friend request problems, many of the users reported that the information they share are only meant for a handful of the people on their friends list. They often don't realize that others than the intended targets can see the information they share. This means that these users are not fully aware of who they are sharing their personal information with, which can lead to uncomfortable situations as the wrong people (for instance a parent or a boss) might read it or that some may misinterpret the information.

12. Vedlegg

12.1 Intervjuguide

Intervjuprosessen

- Presentasjon av meg selv
- Gjennomgang av formål med undersøkelsen
- Forespørsel om diktafon
 - For å sikre mest mulig riktig gjengivelse av samtalen
 - Intervjuet vil skrives ut på bakgrunn av notater og diktafon.
- Intervjuets form
 - Intervjuet vil være samtalepreget og vare i ca. 30 minutter
- Anonymitet
 - Jeg garanterer full anonymitet av person ved analyse av undersøkelsens resultater og i oppgaven.
- Hvis det er et spørsmål du føler blir for personlig, ubehagelig eller generelt ikke ønsker å svare på, er det bare å gi beskjed. Jeg vil da gå videre til neste spørsmål.
- Viktig å vite at det ikke finnes noe riktig eller galt svar. Alle svar er riktige. Jeg er interessert i dine meninger, og du kan ikke svare feil på noen av spørsmålene.
- Eventuelle spørsmål?

Bakgrunnsspørsmål

Alder?

Facebook-bruker?

Hvor lenge har du brukt Facebook?

Husker du hvorfor du begynte å bruke FB?

Hvor ofte bruker du Facebook i hverdagen?

For å komme i gang:

Hvorfor bruker du FB?

Hva gjør du inne på FB?

Hva er det du liker med FB?

Og evt.

, er det noe du ikke liker med FB?

Facebook og venner

Hvor mange venner har du på Facebook?

Hvem er dine venner på FB? Nære venner? Familiemedlemmer?

Venneforespørsler, fått fra folk du ikke kjenner?

Vanlig at venner av venner sender venneforespørsler?

Fått fra noen du kjenner, men som du ikke vil legge til som venn?

HVIS JA:

Hva gjorde du i den sammenhengen?

Er det noen du ikke vil legge til som venn på FB?

Hva er dine kriterier for å legge til en person som venn på FB?

Har du noen du ikke kjenner som venn på FB?

HVIS JA:

Hvorfor?

Er antall venner på FB viktig? Er det mer enn et tall?

Deling

Hva deler du av informasjon om deg selv på FB?

Navn, bursdag, adresse, navn på skole, e-post aktiviteter, bilder, statusoppdatering, linker og lignende.

Hvorfor legger du ut informasjon om deg selv på FB?

Hvem ønsker du å dele dette med?

Når du legger ut noe, er dette nøye gjennomtenkt?

Noe du ikke legger ut?

Angret på noe du har lagt ut, eller opplevd uheldige situasjoner etter å ha delt noe?

Reagert på noe *andre* har delt på Facebook? Bilder, statusoppdateringer og lignende?

Hvorfor tror du andre legger ut informasjon om seg selv på FB?

Personvern:

Hvis jeg sier ordet personvern på Facebook, hva er det første du tenker på da?

Bruker du personvernsinnstillingene?

HVIS JA:

Hvilke innstillinger?

Vanskelig å sette seg inn i?

Hvorfor?

HVIS NEI:

Hvorfor ikke?

Vanskelig å sette seg inn i?

Kan jeg få se innstillingene?

HVIS JA:

Screenshot

Noen tanker rundt det å dele eller å beskytte informasjon på FB?

Overdrevet fokus i media?

Tror du det er et stort problem med at andre ”sniker” inne på din profil?

Har du gjort noe for å ”beskytte” din informasjon på FB?

Tenker du på FB som et privat sted? Eller et offentlig sted?

Bekymring

Hva er det verste som kan skje med informasjon du har lagt ut om deg selv?

Opplevd at andre har lagt ut informasjon om deg?

HVIS JA:

Hva slags type informasjon var det? Bilder, statusoppdateringer og lignende.

Opplevd at noen har lagt ut noe du ikke vil de skal legge ut?

HVIS JA:

Hva gjorde du med dette?

Tror du informasjon som ligger på FB kan påvirke andre ting, som for eksempel skole, eller kanskje jobb?

Avslutning:

Den mest positive opplevelsen du har hatt med FB?

Den mest negative opplevelsen du har hatt med FB?

Noen spørsmål?

Takk for at du ville delta i intervjuet, som sagt vil dette intervjuet bli anonymisert og det vil ikke være mulig å gjenkjenne enkeltpersoner i det ferdige arbeidet.

12.2 Informasjonsskriv til informantene

Vil du bidra til forskning om Facebook?

Mitt navn er Sissel Lenvik og jeg holder på å skrive min avsluttende mastergradsoppgave ved Universitet i Bergen. Temaet mitt for oppgaven er sosiale medier og personvern, og jeg skal undersøke hvilke holdninger brukere av sosiale medier har til deling på nettet. Jeg er interessert i å finne ut hvordan sosiale medier blir brukt, til hvilke formål, og hva brukerne tenker om deling av informasjon.

I forbindelse med oppgaven ønsker jeg å intervju seks til ti elever på en videregående skole, omkring deres bruk av den sosiale nettverkstjenesten Facebook. Her vil det komme spørsmål om bruk av nettstedet, hva som blir gjort på Facebook, hva som legges ut, hvorfor det blir lagt ut og generelle tanker rundt bruken av Facebook. I tillegg vil det være noen litt mer generelle spørsmål om sosiale medier og andre medier. Jeg vil bruke båndopptager (kan gjøres uten hvis det er ønske for det også), og ta notater under intervjuene og de vil ta ca 30 min. Intervjuene vil fortrinnsvis foregå i skoletiden. Elevene vil bli intervjuet hver for seg.

All deltagelse er frivillig, du kan når som helst trekke deg under prosessen uten å begrunne dette nærmere og dersom du gjør det vil de innsamlede dataene bli slettet. Intervjuene vil bli anonymisert og det vil ikke bli mulig å gjenkjenne enkeltpersoner i den ferdige oppgaven. Alle båndopptak vil også bli slettet ved oppgavens slutt. Oppgaven skal ferdigstilles til våren 2011.

Studiet er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste A/S. For nærmere informasjon kan jeg kontaktes på telefonnr. [...] eller e-post: [...] Det er også mulig å kontakte min veileder på institutt for LLE, Hilde Corneliussen på telefonnr: [...] eller på e-post: [...].

Dersom du har lyst å være med på intervjuet, er det fint om du skriver under på den vedlagte samtykkeerklæringen og tar den med på intervjuet.

Vennlig hilsen
Sissel K. Lenvik

Samtykkeerklæring fra elev:

Jeg har mottatt informasjon om studiet av sosiale medier og ønsker å stille på intervju

Navn:.....

Dato:.....

Telefonnr:.....

Signatur:

13. Referanser

- Acquisti, Alessandro og Ralph Gross. 2006. *Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook*. I *Proceedings of 6th Workshop on privacy Enhancing Technologies*. Cambridge: Robinson College.
- Alexa. 2011. *Myspace.com*. Alexa Internet AS 2011 [Lastet ned 15.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.alexacom/siteinfo/myspace.com#>.
- Amundsen, Geir. 2011. *Irsk lov for norske Facebook-brukere*. Aftenposten 2011 [Lastet ned 18.08 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.aftenposten.no/forbruker/digital/nyheter/mobil/article4200607.ece>.
- Andersen, Gordon, Trond Olav Skrunes og Torhild Måkestad Martinussen. 2011. *UiB-lærere gjør narr av studenter*. www.bt.no, 13.03.2011 2011 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.bt.no/nyheter/lokalt/UiB-laerere-gjoer-narr-av-studenter-1757880.html>.
- Barnett, Emma. 2011. *MySpace loses 10 million users in a month*. The Telegraph, 24.03 2011 [Lastet ned 05.08 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.telegraph.co.uk/technology/myspace/8404510/MySpace-loses-10-million-users-in-a-month.html>.
- Bie, Trond. 2011. *Facebook-profilen din kan ha havnet her*. itavisen.no 2011 [Lastet ned 22.06 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.itavisen.no/862017/facebook-profilen-din-kan-ha-havnet-her>.
- Biip. 2011. *Hva er Biip*. Biip.no AS 2011 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.biip.no/default.aspx?section=articles&name=biip>.
- Birkelund, Liv Kari. 2011. *Hetsset MGP-vinner*. Tidens Krav, 16.02 2011 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.tk.no/nyheter/article5493104.ece>.
- Bjergli, Janne. 2011. *Unngå Facebook-skrekken*. nettavisen.no, 12.10 2007 [Lastet ned 22.06 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.nettavisen.no/it/article1382463.ece>.
- Bjørnås, Sun Iren. 2011. *Facebook-profilen din kan være mer åpen enn du tror*. Nr.no, 26.05 2010 [Lastet ned 22.06 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.nr.no/nyheter/norge/1.7138469>.
- Bokmålsordboka. 2011. *Norske Ordbøker*. Universitet i Oslo 2011 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra

<http://www.dokpro.uio.no/perl/ordboksoek/ordbok.cgi?&ordbok=bokmaal&alfabet=n&renset=j&OPP=personvern>.

- boyd, danah. 2008. None of this is real: Identity and Participation in Friendster. I *Structures of Participation in Digital Culture*, redigert av J. Karaganis. New York: Social Science Research Council.
- . 2008. Why Youth ♥ Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. *The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning* -:119-142.
- boyd, danah og Eszter Hargittai. 2010. Facebook privacy settings: Who cares? *First Monday* 15 (8).
- boyd, danah m. og Nicole B. Ellison. 2008. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1):210-230.
- Brake, David. 2007. Personlige bloggere og deres publikum. I *Personlige Medier*, redigert av L. P. Marika Lüders, Terje Rasmussen. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Brandtzæg, Petter Bae og Marika Lüders. 2009. Privat 2.0: Person- og forbrukervern i den nye medievirkeligheten: Forbrukerrådet.
- Buhrmester, Duane og Karen Prager. 1995. Patterns and fuctions of self-disclosure during childhood and adolescence. I *Disclosure processes in children and adolescents*, redigert av K. J. Rotenberg. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burke, Moira, Cameron Marlow og Thomas Lento. 2010. Social network activity and social well-being. I *Proceedings of the 28th international conference on Human factors in computing systems*. Atlanta, Georgia, USA: ACM.
- Castells, Manuel. 2004. Informationalism, Networks, And The Network Society: A Theoretical Blueprint. I *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*, redigert av M. Castells. Northhampton: Edward Elgar.
- . 2008. The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616 (1):78-93.
- Chafkin, Max. *How to kill a great idea!* Inc Magazine 2007 [Lastet ned. Tilgjengelig fra <http://www.inc.com/magazine/20070601/features-how-to-kill-a-great-idea.html>
- Chiu, Pui-Yee, Christy M.K. Cheung og Matthew K.O. Lee. 2008. Online Social Networks. Why Do "We" Use Facebook? I *World Summit on the Knowledge Society*. Athen, Hellas: Springer.

- Christofides, Emily, Amy Muise og Serge Desmarais. 2010. Privacy and Disclosure on Facebook: Youth and Adults' Information Disclosure and Perceptions of Privacy Risks. Guelph: The Office of the Privacy Commissioner of Canada.
- Dagens Næringsliv. 2011. *Selger Oslo-folk som ikke finnes*. Dagens Næringsliv, 09.06 2010 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://avis.dn.no/artikler/avis/article400173.ece>.
- Debatin, Bernhard, Jennette P. Lovejoy, Ann-Kathrin Horn og Brittany N. Hughes. 2009. Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication* 15 (1):83-108.
- Denzin, Norman K. og Yvonna S. Lincoln. 2000. *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Dijk, Jan van. 2006. *The Network Society*. London: SAGE Publications.
- DiMicco, Joan Morris og David R. Millen. 2007. Identity management: multiple presentations of self in facebook. I *Proceedings of the 2007 international ACM conference on Supporting group work*. Sanibel Island, Florida, USA: ACM.
- Dwyer, Chatherine, Starr Hiltz og Katia Passerini. 2007. Trust and Privacy Concern Within Social Networking Sites: A Comparison of Facebook and Myspace. I *Mericasn Conference on Infomation Systems (AMCIS)*. Keystone, Colorado.
- Easley, David og Jon Kleinberg. 2010. *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning about a Higly Connected World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Elkjær, Jakob. 2011. *Pressenævnet: Det kræver samtykke at citere fra private Facebook-profiler*. *journalisten.dk*, 12.04 2010 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://journalisten.dk/pressenaevnet-det-kraever-samtykke-citere-fra-private-facebook-profiler>.
- Ellison, Nicole B., Charles Steinfield og Cliff Lampe. 2007. The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (4):1143-1168.
- Facebook. 2011. *Facebook*. www.facebook.com 2011 [Lastet ned 03.02 2011]. Tilgjengelig fra www.facebook.com.
- . 2011. *Hvordan fungerer personvernet for mindreårige?* Facebook.com 2011 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.facebook.com/privacy/explanation.php#!/help/?faq=16397>.
- . 2011. *Statistikk*. www.facebook.com 2011 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <https://www.facebook.com/press/info.php?statistics>.

- . 2011. *Velg personverninnstillinger* 2011 [Lastet ned 03.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.facebook.com/settings/?tab=privacy>.
- Flage, Tor Kristian 2011. *Blink*. dagbladet.no 2011 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://blink.dagbladet.no/index.php5>.
- Flesland, Randi og Thomas Nortvedt. 2010. Klage på innhenting, behandling og oppbevaring av personopplysninger på Facebook plattformen: Forbrukerrådet.
- Fletcher, Dan. 2011. *How Facebook is Redefining Privacy*. Time.com, 20.05 2010 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1990582-2,00.html>.
- Forente Nasjoner. 1948. FNs verdenserklæring om menneskerettigheter: Forente Nasjoner.
- Fuglehaug, Wenche. 2011. *Må svare Datatilsynet*. Aftenposten.no 2010 [Lastet ned 20.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.aftenposten.no/forbruker/digital/nyheter/article3665553.ece>.
- Giddens, Anthony. 1997. *Modernitetens konsekvenser*. Oversatt av A. Eriksen. Oslo: Pax.
- Goffman, Erving. 1992. *Vårt rollespill til daglig: en studie i hverdagslivets dramatik*. Oslo: Pax.
- Granovetter, Mark S. 1973. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology* 78 (6).
- Gross, Ralph og Alessandro Acquisti. 2005. Information revelation and privacy in online social networks. I *Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the electronic society*. Alexandria, VA, USA: ACM.
- Guribye, Frode. 2007. Facebook-farsotten. *Norsk medietidskrift* 04.
- Habermas, Jürgen. 1989. *The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of Bourgeois society*. Cambridge: Polity.
- Haythornthwaite, Caroline. 2005. Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication & Society* 8 (2):125 - 147.
- Hill, Kashmir. 2011. *Google Buzz Was An \$8.5-Million Disaster. Why Can't Google Do Social?* Forbes 2010 [Lastet ned 01.06 2011]. Tilgjengelig fra <http://blogs.forbes.com/kashmirhill/2010/11/03/google-buzz-was-an-8-5-million-disaster-why-cant-google-do-social/>.
- Huffstutter, P.J. 2011. *Girl's suicide after online chats leaves town in shock*. Los Angeles Times 2007 [Lastet ned 01.06 2011]. Tilgjengelig fra http://www.boston.com/business/technology/articles/2007/11/26/girls_suicide_after_online_chats_leaves_a_town_in_shock/.

- Jensen, Klaus Bruhn. 2002. The qualitative research process. I *A handbook of media and communication research*, redigert av K. B. Jensen. London and New York: Routledge.
- Johnson, Steve. 2001. *Emergence: The connected lives of ants, brains, cities and software*. New York: Touchstone.
- Joinson, Adam N. . 2008. "Looking at", "Looking up" or "keeping up with" people? Motives and use of Facebook. Innlegg holdt på CHI 2008, i Florence Italy.
- Juul, Jesper. 2011. *Barns behov for oppmerksomhet*. famlab.no 2011 [Lastet ned 28.02 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.babyverden.no/Blogg-fra-skribenter/Jesper-Juul-pa-Babyverden/Dates/2011/1/Jesper-Juul-Barns-behov-for-oppmerksomhet/>.
- Jørstad, Atle og Camilla Bjørn. 2011. *Vraket varaordfører etter Stella-hets*. www.vg.no, 15.03 2011 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.vg.no/musikk/grand-prix/artikkel.php?artid=10099404>.
- Kirkpatrick, Marshall. 2011. *Facebook's Zuckerberg Says The Age of Privacy is Over*. ReadWriteWeb.com 2010 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra http://www.readriteweb.com/archives/facebooks_zuckerberg_says_the_age_of_privacy_is_ov.php.
- Krasnova, H., S. Spiekermann, K. Koroleva og T. Hildebrand. 2010. Online social networks: why we disclose. *Journal of Information Technology* 25 (2):109-125.
- Lampe, Cliff A.C., Nicole Ellison og Charles Steinfield. 2007. A familiar face(book): profile elements as signals in an online social network. I *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*. San Jose, California, USA: ACM.
- Lampe, Cliff, Nicole Ellison og Charles Steinfield. 2006. A face(book) in the crowd: social Searching vs. social browsing. I *Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work*. Banff, Alberta, Canada: ACM.
- Lenhart, Amanda og Mary Madden. 2007. How teens manage their online identities and personal information in the age of Myspace. I *Teens, Privacy & Online Social Network*: Pew Internet Research Senter.
- Lewis, Kevin, Jason Kaufman og Nicholas Christakis. 2008. The Taste for Privacy: An Analysis of College Student Privacy Settings in an Online Social Network. *Journal of Computer-Mediated Communication* 14:79-100.
- Locke, Laura. 2011. *The Future of Facebook*. Time 2007 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1644040,00.html>.
- Madden, Mary og Aaron Smith. 2010. Reputation Management and Social Media.

- Meredith, Peter. 2011. *Facebook and the Politics of privacy*, 14.09 2006 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://motherjones.com/politics/2006/09/facebook-and-politics-privacy>.
- Miles, Matthew B. og A. Michael Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis*. Second utg. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Miljølære. 2011. *By og tettstedsvekst*. miljølare.no 2010 [Lastet ned 01.06 2011]. Tilgjengelig fra http://miljolare.no/tema/konflikter/artikler/by_og_tettstedsvekst.php.
- MySpace. 2011. *Press Room - Fact Sheet*. News Corp. 2011 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.myspace.com/pressroom/fact-sheet/>.
- Nettby. 2011. *Nettby Stengte dørene søndag 19.12.2010*. Nettby.no 2010 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.nettby.no/>.
- NYT Customer Insight Group. 2011. *The Psychology of Sharing*: New York Times Customer Insight Group.
- Omdal, Sven Egil. 2011. *Et Sukk på Facebook*. bt.no, 28.05.2011 2011 [Lastet ned 28.05 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.bt.no/meninger/kronikk/Et-sukk-paa-Facebook---2508699.html>.
- Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative research & evaluation methods*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- Pempek, Tiffany A., Yevdokiya A. Yermolayeva og Sandra L. Calvert. 2009. College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology* 30 (3):227-238.
- PFU. 2011. *PFU-sak 117/10*. Pressens Faglige Utvalg, 31.08 2010 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.pfu.no/case.php?id=2338>.
- Pike, Jacqueline C., Patrick J. Bateman og Brian S. Butler. 2009. I Didn't Know You Could See That: The Effect of Social Networking Environment Characteristics on Publicness and Self-Disclosure. Innlegg holdt på AMCIS, 06.08, i San Francisco, California.
- Prensky, Marc. 2001. Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon* 9 (5).
- Rettberg, Jill Walker. 2008. *Blogging*. Cambridge: Polity Press.
- . 2011. *Retten til privatliv*. jilltxt.net, 18.02 2011 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://jilltxt.net/?p=2521>.
- Rogers, Everett M. 1995. *Diffusion of Innovations*. 4. utg. New York: The Free Press.
- Rostad, Kristian. 2011. *Nå kommer også de ufødte på Facebook*. NRK 2011 [Lastet ned 01.08.2011 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.nrk.no/helse-forbruk-og-livsstil/1.7735536>.

- Seidel, John V. 1998. Qualitative Data Analysis: www.qualisresearch.com.
- Shirky, Clay. 2011. *Communities, Audiences, and Scale*. shirky.com 2002 [Lastet ned 01.08 2011]. Tilgjengelig fra http://www.shirky.com/writings/community_scale.html.
- . 2008. *Here comes Everybody*. New York: The Penguin Press.
- Skog, Berit. 2008. Fra World of Warcraft til Youtube. Trondheim: Studieavdelingen ved NTNU.
- Sundén, J. 2003. *Material Virtualities: Approaching Online Textual Embodiment*. Vol. 13, *Digital Formations*. New York, Oxford, Wien: Peter Lang Pub Inc.
- Svendsen, Sigrid Helene. 2011. *Datatilsynet krevet at Iam.no endrer rutiner*. Vg Nett 2010 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/artikkel.php?artid=591192>.
- Synlighet. 2010. Facebook Bruk, Web-Integrering, Segmentering og Annonsering. I *Faktahefte fra Synlighet AS 2010*: Synlighet.no.
- Tabak, Alan J. . 2011. *Hundreds Register for New Facebook Website*. The Harvard Crimson Online 2004 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://web.archive.org/web/20050403215543/www.thecrimson.com/article.aspx?ref=357292>.
- Teknologirådet. 2010. *Hva er personvern?* teknologiradet.no 2005 [Lastet ned 20.04 2010]. Tilgjengelig fra <http://www.teknologiradet.no/FullStory.aspx?m=72&amid=486>.
- Tufekci, Zeynep. 2008. Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites. *Bulletin of Science, Technology & Society* 28 (1):20-36.
- Unanue-Zahl, Pål. 2011. *-Direkte stygt av Facebook*. VG.no, 11.12. 2009 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://m.vg.no/artikkel.php?artId=596728>.
- . 2011. *Nytt nettsted samler info om deg*. Vg Nett, 24.09 2009 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://www.vg.no/teknologi/artikkel.php?artid=580337>.
- Valkenburg, Patti M., Jochen Peter og Alexander P. Schouten. 2005. Friend Networking Websites and their Relationship to Adolescents' Well-being and Self-esteem. I *International Communication Association*. Dresden, Germany.
- West, Anne, Jane Lewis og Peter Currie. 2009. Students' Facebook 'friends': public and private spheres. *Journal of Youth Studies* 12 (6):615 - 627.
- Wheless, Lawrence R. og Jams Grotz. 1976. Conceptualization and measurement of reported self-disclosure. *Human Communication Research* 2 (4):338-346.
- Yadav, Sid. 2011. *Facebook - The Complete Biography*. mashable.com, 25.08 2006 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://mashable.com/2006/08/25/facebook-profile/>.

- Young, Alyson L. og Anabel Quan-Haase. 2009. Information revelation and internet privacy concerns on social network sites: a case study of facebook. I *Proceedings of the fourth international conference on Communities and technologies*. University Park, PA, USA: ACM.
- Zhao, Shanyang, Sherri Grasmuck og Jason Martin. 2008. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior* 24 (5):1816-1836.
- Zuckerberg, Mark. 2011. *An Open Letter from Facebook Founder Mark Zuckerberg*. Facebook.com, 01.12 2009 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://blog.facebook.com/blog.php?post=190423927130>.
- . 2011. *Making Control Simple*. Facebook.com, 26.05 2010 [Lastet ned 08.04 2011]. Tilgjengelig fra <http://blog.facebook.com/blog.php?post=391922327130>.
- Øgar, Sindre. 2011. *Varaordfører: -Håper Stella ikke tar det personlig*. www.vg.no, 17.02 2011 [Lastet ned 08.04 2011].