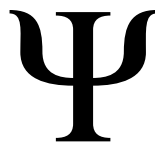




DET PSYKOLOGISKE FAKULTET



Selvavsløring innen datamediert kommunikasjon

HOVEDOPPGAVE

profesjonsstudiet i psykologi

Erlend Brændjord

Høst 2011

Veileder : Robert A. Wicklund

Forord

Å jobbe med denne hovedoppgaven har vært en lærerik prosess, som har krevd mye refleksjon og tanke. Mitt utgangspunkt var her at det som skjer av datamediert kommunikasjon over internett i dag, er et vesentlig felt der psykologer i større grad bør bidra til å bedre forståelsen for de inter-relasjonelle prosessene som foregår. Internett som kommunikasjonskanal har på noen tiår gått fra å være en nokså obskur plass for spesielt interesserte, til å bli allemannseie. I dag er mellommenneskelig kommunikasjon langt på vei en av verdensvevens viktigste funksjoner. I et teoretisk landskap som tradisjonelt har pekt på negative sider ved denne samhandlingen, er det derfor kanskje på tide å se på hvorfor stadig flere mennesker allikevel velger å benytte seg av internett som et sosialt redskap. Min hovedtanke er her at dette har å gjøre med hvordan mediet påvirker selvavsløring. Selvavsløring er her interessant å ta i betraktning både fordi selve begrepet er helt sentralt innen psykologien, men også fordi det er en av de viktigste relasjons-skapende momentene ved internettbasert kommunikasjon i dag.

Jeg vil takke min samboer Kristin og min familie for all støtte under skrivingen av denne oppgaven. Min veileder Robert A. Wicklund har vært en viktig inspirasjon i arbeidet. Jeg vil gjerne takke ham for hans tålmodighet og for mange gode samtaler om et tema som blir alt for lite belyst innen psykologi.

Bergen 1.12.2011

Erlend Brændjord

"When the telephone was introduced, designers believed it was fit only for brief business-to-business communication. To use telephones for personal conversation was an "invention" of the users themselves, and only gradually became normative"
-Fischer, 1992

Abstract

There has been much disagreement over which potential computer mediated communication has to create meaningful relational bonds. Early theories of computer mediated communication thought this form of communication would be impersonal to those using it. Contrary to this belief we see today that mediated text based communication is a common way to communicate between friends and strangers. Self-disclosure is explored as an important relational variable that may give meaning to an otherwise impoverished communication setting. Studies show consistently that people disclose more frequent and more intimate within mediated communication. Models of computer mediated communication is contrasted up against these findings, and answers are sought as to what role self-disclosure plays in this form of communication.

Sammendrag

Det har hersket stor uenighet knyttet til det relasjons-skapende potensialet datamediert kommunikasjon innehar. Tidlige teorier fastholdt at datamediert kommunikasjon var upersonlig og lite egnet til relasjonell kontakt. Som en kontrast til dette ser en i dag at store deler av befolkningen benytter seg av dette både for å holde kontakt med venner og for å bli kjent med fremmede. Selvavsløring blir utforsket som en viktig relasjonell variabel som kan gi innhold og mening til ellers impulsfattig kommunikasjon. Studier viser at selvavsløring er mer hyppig forekommende og mer intimt innen datamediert kommunikasjon. Teorier knyttet til datamediert kommunikasjon er kontrastert opp mot disse funnene, og jeg forsøker å avklare hvilken rolle selvavsløring har i denne formen for relasjonell kontakt.

Innholdsfortegnelse

Innledning	s.8
Selvavsløring.....	s.14
Problemstilling	s.18
Selvavsløring innen datamediert kommunikasjon	s.20
Forskjeller og likheter mellom selvavsløring i mediert og umediert kommunikasjon	s.24
Kommunikasjon med den en ikke ser	s.25
Stereotypier og idealisering	s.27
Den trege kanalen	s.29
Konklusjon	s.31
Referanser	s.34

Selvavsløring innen datamediert kommunikasjon

Innledning

De fleste av oss har et forhold til en eller annen form for mediert toveis kommunikasjon. Med mediert menes her at det som formidles går via et teknisk hjelpemiddel. Eksempler på slike hjelpemidler spenner seg fra alt fra telefon, brev, sms, røyksignaler og morse, til ulike former for kommunikasjon der benyttelse av datamaskin er fellesnevneren. Mediert kommunikasjon har slik det til felles at partene ikke lenger trenger å inneha en fysisk nærhet til hverandre. Den geografiske avstanden overvinnes ved hjelp av det tekniske hjelpemiddelet, slik at en i enkelte tilfeller ikke engang trenger å samhandle synkront. Kommunikasjonen går med andre ord over til å bli asynkron. Dette er gjeldene både for ulike former datamediert kommunikasjon (heretter dmk), så vel som for tradisjonell brevpost.

Forskningen innen datamediert kommunikasjon har ingen lang historie, og det har eksistert vesentlig uenighet om hvilken innvirkning dmk har på kommunikasjon og relasjoner mellom mennesker. Det er også en generell uenighet om i hvilke tilfeller ulike teorier skal appliseres (Walther, 2009). En av utfordringene for denne forskningen har vært knyttet tett opp mot det objektet som studeres - nemlig teknologisk mediering av kommunikasjon. Fordi kommunikasjon foregår via applikasjoner, har det vært av betydning å komme opp med teorier som ikke må omskrives så snart neste spennende program blir lansert (Walther, 2009). Feltet er også preget av testing under betingelsene ”ansikt til ansikt”, og kontrasten dette har opp mot dmk. Her betegnes gjerne det førstnevnte som personlig og det siste som upersonlig kommunikasjon. Mye av

forskningen benytter seg av disse skillene for å si noe om prosessuelle ulikheter i måten å kommunisere på (Walther, 2006) (Short, Williams & Christie, 1975).

Ansikt til ansikt kommunikasjon blir da beskrevet som:

" ...a very complex and intricate phenomenon, involving (1) neural connections between motor and sensory systems; (2) a range of somatic resources such as vocalizations, head movements, eye gaze, posture, body movement, gestures, facial expressions, and the integration of these with external affordances in the environment; and (3) social coordination between individuals, and cultural forms of learning and conventions of interaction". (Thibault, 2008, s286)

En ser her at et overveldende flertall av de egenskaper som utgjør ansikt til ansikt kommunikasjon er knyttet til det nonverbale og dets muligheter til å fasilitere interaksjon. På siden av dette kommer individfaktorer som kroppsspråk, særegenheter i uttale og utseende. Fremtoning via utseende (slik som klesdrakt og fysikk) viser til en rekke sider ved personen som kan spille inn på utviklingen av en relasjon.

Kommunikasjon er først og fremst et interdisiplinært felt. Det angår cellebiologi, semiotikk og informasjons teknologi – det er både filosofi og lingvistikk så vel som psykologi. Det er med andre ord en rekke felter som er opptatt av kommunikasjon, dog med ulike mål og definisjoner av begrepet. Luckman sier i Krauss og Fussel (1996) at "communication has come to mean all things for all men". (Krauss & Fussel, 1996, s 655) Dette er treffende når en trer inn i kommunikasjonsfeltet. Både når det gjelder utvalg av modeller og hva de beskriver, men også manglende konsensus om kjernebegreper. Jeg vil her presentere ulike modeller som er av viktighet for å forstå status quo innen forskningen på datamediert kommunikasjon. De bærer alle med seg styrker og svakheter, og har alle kommet med bidrag til å belyse sider av datamediert kommunikasjon (Whittaker, 2002).

Siden omkring midten på 1970 tallet (Short, Williams & Christie, 1976), lenge før utbredelsen av internett og datamediert kommunikasjon var noe som menigmann hadde noe forhold til, har det vært teoretisert omkring hva denne kommunikasjonsformen ville medføre i intersubjektiv kommunikasjon via internett.

De tidlige teoriene ble utviklet med bakgrunn i forskning på video og audiokonferanse-systemer, men har senere vært applisert for å beskrive tekstbasert kommunikasjon via internett(Short, Williams & Christie, 1976). Forskningen var først knyttet opp mot næringslivet da det ville medføre kostnadsbesparinger, så vel som menneskelige besparinger ved at medarbeidere ikke trengte å reise, men i stedet kunne ta i bruk tekniske løsninger som kunne mediere kommunikasjonen med samarbeidspartnere og kunder andre steder. En overvekt av teoriene fokuserer her på signaler som kunne bli oppfattet via ansikt til ansikt dialog og ikke via datamediert kommunikasjon. I denne rammen ble ansikt til ansikt oppfattet som en sanserik setting og dmk som en deprivert setting som gikk glipp av viktig informasjon. I følge forskningen egnet ikke dmk seg som medium for å kunne utvikle gode nære relasjoner(Walther, 2006). I tidlig teori var effektene som ble beskrevet ofte preget av distansen mellom de interagerende parter. Man la vekt på det man betegnet som upersonlig ved kommunikasjonsformen. (Kim, 2002).

Den tidligste teorien som har blitt benyttet i forhold til datamediert kommunikasjon var "Social Presence theory" (Walter, 1995)(Short, Williams & Christie, 1976). Denne teorien griper fatt i antall signaler et gitt medium er i stand til å omfavne. Eksempelvis vil ikke tekstbasert dmk være særlig god til å gripe kinestetiske ansiktstrekk og situasjonen de ulike partene befinner seg i, i motsetning til ansikt til ansikt kommunikasjon der dette er en integrert del for alle seende individer. Denne mangelen på auditive og nonverbale signaler førte så i følge Short, Williams & Christie (1976) til en begrenset tilstedeværelse hos de

partene som kommuniserte. En ville i en slik setting ikke være seg så bevisst den andre parten en kommuniserte med. Når så denne tilstedeværelsen sank ville budskapene bli mer upersonlige (Walther, 1995). Denne antakelsen skapte et viktig forskningsparadigme innen dmk, som satte fokus på manglende signaler og hva dette medførte.

Videre teorier innen dmk spissformulerte disse manglene videre. Sproull og Kiesler (1986) fokuserte på dannelsen av den sosiale konteksten for en utveksling av informasjon, og effekten dette hadde på kommunikasjonen. Med sosialkontekst mente Sproull og Kiesler (1986) blant annet fysisk miljø, så vel som non verbal atferd. I følge dem førte mangelen på disse signalene til et økt fokus på en selv, og et mindre fokus på den andre deltakende parten. Dette gjorde ikke bare kommunikasjonen upersonlig, men også mindre inhibert og sågar fremmende for aggressiv verbal oppførsel (Walther, 2006).

Mangelen på kommuniserte signaler sto også sentralt i ”Media Richness theory” (Daft & Lengel, 1984). Denne Teorien skilte seg i hovedsak ut ved at den la vekt på evnen til å gjøre meldinger personlige. Her fremhevdtes muligheten av å benytte seg av et naturlig og variert språk, samt at den la vekt på synkronisitet - evnen til å kunne kommunisere i sanntid (Walther, 2006). Teorien utviste i så måte noe optimisme, og Daft & Lengel (1984) anbefalte dmk til bruk der meldinger var utvetydige og hadde et enkelt meningsinnhold. Teorien skilte seg også ut i forhold til hvordan den behandlet signaler som ikke trengte igjennom i dmk. Media richness theory la slik vekt på forståelsen signaler skapte for budskapene som ble kommunisert, heller enn signalenes evne til å individuere, skape sosial kontekst, samt skape sosial tilstedeværelse.

Media richness theory la dermed grunnlaget for “Social information processing” theory (Walther, 1992). Innen SIP legges det vekt på at nonverbale signaler som er bærende for inntrykk og relasjonelle funksjoner, blir omsatt via tekst og kronometriske

variabler i dmk- situasjonen (Walther, 2006). Gitt at mediet ikke har den båndbredden en kan snakke om i en ansikt til ansikt situasjon, krever kommunikasjonsformen lengre tid og flere beskjeder. Det blir postulert at hvis en utgår fra at en likestilt situasjon, så vil dmk ikke være mindre kapabel enn ansikt til ansikt kommunikasjon for å utveksle relasjonell informasjon og å skape inntrykk (Walther 2006). I følge Walther (2006) er det derfor den sosiale funksjonen som er viktig, - og nonverbal informasjon kan, hvis en gir det tid, erstattes av tekst. På bakgrunn av dette markerer SIP et brudd med de foregående teoriene som ikke tilkjenner denne muligheten. For social information processing theory er det ikke en vesensforskjell hvilken modalitet informasjonen kommer i. Informasjon behandles her med andre ord kun som informasjon. (Walther 2006).

Et studie av Walther (1995) banet vei for en videre utvikling av teorien. Der social information processing theory likestiller ansikt til ansikt kommunikasjon med dmk gitt en viss tid, viste dette forsøket på tvers av Walthers hypoteser, signifikante forskjeller mellom de to kommunikasjonsformene. Ved å repeterte målinger viste Walther (1995) at dmk skåret signifikant høyere enn ansikt til ansikt kontakt på flere relasjonelle mål, som følelse av affekt i samtalen, følelse av dybde i samtalen og følelsen av avslappethet i samtalen - samt at dmk øket samtalens intensitet. Denne forskningen markerte dermed et vannskille i debatten som hadde fokusert på hvor upersonlig dmk var. Det ble for første gang vist at følelsen av å kommunisere via tekstbaserte grensesnitt på en datamaskin, gjorde at folk responderte oftere at de følte seg nærmere hverandre, enn de som hadde kommunisert ansikt til ansikt (Walther, 1995, 1996)

Innen ”Hyperpersonal theory of computer mediated communication” legges det vekt på å forklare hvorfor dmk av og til oppleves hyperpersonlig.

Det legges også her vekt på utformingen av budskapet, der fravær av signaler gir senderen en større evne til å påvirke budskapet som blir sendt. Senderen får her også anledning til å presentere seg fra sin beste side. Potensielt usjarmerende sider blir dermed ikke lagt merke til på grunn av de manglende signalene. Eksempler på disse er både nonverbale - som utseende og kropps språk, så vel som auditive. Nonverbale signaler som blir åpenbare i en ansikt til ansikt situasjon er ikke like åpenbare innen dmk. Det blir derfor overlatt til mottaker å selv gjøre seg opp en idé om den personen en samtaler med. Innenfor hyperpersonal theory gjøres dette ved at subjektene lager stereotype bilder av hverandre. Idealisering av den som blir snakket med, forsterkes ytterligere av en selektiv presentasjon. I senere reviderte versjoner av modellen er det også tatt med utfall av dmk som er markert som negative og avstandsskapende (Walther, 2006).

Den siste grunnlagsmodellen for dmk er ”Social identification model of deindividuation effects”, eller SIDE modellen (Postmes, Spears, & Lea, 1998). Der de andre modellene fokuserer på individer, fokuserer denne mer på individets møte med gruppen innen dmk. SIDE modellen behandler nonverbale signaler som identifikatorer for individet og viktigheten dette har for sosialt orienterte responser i gruppesammenheng. Ved at disse signalene blir skjult i dmk skapes en deindividuering ikke ulik den en kan se fra studier på store uniforme grupper. Postmes, Spears & Lea (1998) fremholder at den visuelle anonymiteten som fasiliteres av tekstbasert dmk ytterligere påvirker en deindividuerings effekt og fører til at individet identifiserer seg nærmere opp mot gruppenormen. Aktørene vil derfor oppfatte andres ståsteder som en slags gruppenorm som de så vil rette seg etter i større grad (Postmes, Spears, & Lea, 1998). I følge dette perspektivet vil løsningen for å oppnå en mer personlig omgang være å introdusere individuerende variabler som fotografier og audiovisuelle hjelpemidler (Walther, 2006).

Fellestrekk for alle de store teoriene innen dmk er at de forsøker å finne ut av hvorvidt dmk kan være like personlig som ansikt til ansikt kommunikasjon. De tidlige teoriene avskriver for det meste dette, og det er først med Walthers (1992) social information processing theory at det hevdes at dmk evner dette på en fullverdig måte. Mye av denne debatten hvorvidt dmk kan være personlig eller ikke, har stilnet noe hen det siste tiåret (Jiang, Bazarova & Hancock, 2011) og fokus har heller vært mot å forsøke å beskrive kognisjon og atferd under bruk av dmk (Tidwell & Walter, 2002).

Selvavsløring

Myers (2002) sammenlikner selvavsløring med en dans, der begge gradvis avslører mer av seg selv (s.458). Noe som på mange måter er treffende for mange av de omkringliggende faktorene som gjør selvavsløring til ønsket og ikke uønsket atferd. Selvavsløring stiller seg som et sentralt begrep innen psykologien da dette er en grunnstein i både terapi så vel som relasjonsdannelser og vedlikehold av disse (Cozby, 1973) (Collins & Miller, 1994). Innen social penetration theory blir gjensidig selvavsløring betraktet som den viktigste verbale komponenten i dannelsen av sosiale relasjoner, men det legges innen denne teorien også vekt på paraverbal atferd, nonverbal atferd, samt atferd knyttet opp mot miljøet. Utvikling av relasjoner vil skjer over tid, og gradvis (Altman & Taylor, ref. Berkowitz, 1981). I følge Altman & Taylor vil en høyere grad av intimitet bli oppnådd gjennom dybde og bredde på avsløringen. Dybde i vennskapet referer her til kjennskap om personen på et dypere plan, bredde har med hvor ofte utveksling av informasjon skjer. Dette definerer så hvilken type vennskap det er snakk om. Eksempelvis vil et bekjentskap som er smalt, men dypt handle om noen som er intime men over en liten tid, et bekjentskap som innehar de

motsatte kvaliteten er knyttet opp til noen som en bruker mye tid med men ikke er så intim, eksempelvis en arbeidskollega (Altman & Taylor, ref. Berkowitz, 1981).

Cozby (1973) definerer selvavsløring som "any information about himself person A communicates verbally to a person B" (s. 73). Dette er en nokså bred definisjon på selvavsløring og kan inkludere veldig mye forskjellig. Andre forskere vektlegger at informasjonen som avsløres skal være intim (Myers, 2002) og personlig (Archer, 1980, s. 183). Det kan synes som små forskjeller men det er av viktighet å vite at ulike forskere behandler begrepet noe forskjellig. Jeg forholder meg i denne oppgaven til Cozby's (1973) sin definisjon gjennom denne oppgaven og vil understreke der selvavslørings begrepet avviker fra denne. Selvavsløring har en lang fartstid innen psykologien og begreper som sosial tilgjenglighet og verbal tilgjenglighet har vært nyttet om samme begrep (Cozby, 1973), i nyere tid blir også begrepet eksperimentell avsløring nyttet (Frattaroli, 2006).

Selvavsløring er på mange måter et tveegget sverd der det på den ene siden fremmer relasjoner hvis det gjøres riktig og lager avstand hvis normene omkranser dette begrepet brytes (Cozby, 1973) (Collins & Miller, 1994).

Attribusjon og gjengjeldelse er to faktorer som har en sterk påvirkning på selvavsløring og hvordan denne skal bli oppfattet (Derlega, Metts, Petrino, & Margulis, 1993). Attribusjonsteori sier noe om hvordan mennesker forsøker å forklare hvordan mennesker finner koblinger mellom årsak og hendelser (Kelley, 1973).

Hvorvidt en selvavsløring blir oppfattet positivt er avhengig av både hvordan vedkommende som blir avslørt til oppfatter det, så vel som ulike kvaliteter ved avsløringen og den som avslører. Vesentlig for hvordan avsløringen oppfattes er hva selve avsløringen blir attribuert til. Collins og Miller (1994, s.459) legger særlig vekt på tre hovedtyper for attribusjon. Disposisjon : den som avslører kan bli oppfattet som at vedkommende har en

egenskap som gjør at vedkommende ofte eller sjelden avslører noe som seg selv (Gunnar er en lukket mann, når han endelig forteller noe om seg selv så er det viktig). Situasjonell attribusjon knytter seg til cues i miljøet (Gunnar forteller om seg selv fordi psykologen ber ham om det). Personalistisk attribusjon handler om egenskaper ved den som blir avslørt til (Gunnar sier det til meg fordi han stoler på meg).

I en metastudie om selvavsløring og det å bli likt, ble det lagt vekt på følgende punkter : 1. hvorvidt selvavsløringen ble gjort i en kontekst som ikke ble oppfattet upassende, 2. hvorvidt mottaker oppfattet at det var rettet mot vedkommende, 3. kvaliteten og kvantiteten på det som ble avslørt, 4. hva som ble avslørt, 5. kjønnsforhold, 6. hvorvidt mottaker hadde positive holdninger opp mot personer som selv-avslører og hvorledes mottaker oppfattet det å bli avslørt til som noe verdifullt (Collins & Miller, 1994, s. 460). Deres analyse er basert på hvordan selvavsløring oppfattes i ansikt til ansikt.

Noe som påvirker dette er hvor etablert relasjonen mellom partene er i forkant av avsløringene. Å avsløre noe intimt til en ukjent eller bekjent blir ofte ansett for å være mistilpasset og det blir normativt sett på som bedre å ikke avsløre. Hvis vedkommende som ble avslørt til var en venn ville derimot det å avsløre noe intimt bli sett på som noe bra. Som tidligere nevnt har innhold også noe å si men dette har også med alder å gjøre. Generelt var det å avsløre til noen i en annen aldersgruppe sett på som mindre bra enn det å holde tilbake. Temamessig var det også tabu å avsløre seksuelle tema med de over 75 år. Dette kan altså være en utfordring for aldrende psykodynamikere (Chaikin, Derlega & Valerian, 1974). Det er også slik at kjønn spiller inn og at en lettere avslører opp mot eget kjønn enn motsatt (Collins & Miller, 1994)

Selvavsløring er heller ikke en statisk prosess der bare en avslører men snarere mer som dansen Myers snakket om. Innen selvavsløring er gjengjeldende atferd også et viktig

begrep. Gjengjeldelse handler om at når en person blir avslørt til vil denne også ha en øket sjanse for å avsløre noe tilbake hvis forholdene ligger til rette for det. Det er dog også slik at gjengjeldelse kan ta ulike former. Dyader som bestod av mennesker som allerede kjente hverandre varierte ikke selvavsløring i forhold til det som ble opprinnelig avslørt. Ukjente derimot var sensitive ovenfor intimiteten i selvavsløringen, og besvarte i større grad en intim innrømmelse med en like intim innrømmelse selv. (Derlega, Wilson & Chaikin, 1976). Det er ikke likegyldig for intimitet hva slags type selvavsløring det er snakk om. Emosjonell selvavsløring fører til tettere relasjoner enn avsløring av fakta og informasjon (Laurenceau, Barret, Feldman & Pietromonaco, 1998).

I et eksperimentelt studie ble ukjente studenter sortert i dyader. I betingelse 1 ble de først bedt om å dele sine tanker knyttet til et utvalg av personlige men lavintimitets emner i 15 minutter. Dette inkluderte spørsmål slik som : når sang du for deg selv sist?. Dette progredierte så i to stadier a 15 minutter der hvert stadium var mer intimt enn den foregående. Under betingelse 2 snakket deltakerne med hverandre om dagligdagse temaer. I betingelse 1 følte deltakerne seg veldig nærme sin tilfeldig utplukkede konversasjons partner. Hele 30 prosent sa i denne betingelsen sa at de følte seg nærmere denne personen enn deres nærmeste venn. (Aron, Melinat, Aron, Vallone, & Bator, ref i Myers, 2002, s459) Dette i løpet av en periode på bare 45 minutter, noe som gir en slags pekepinn på hvor raskt selvavsløring kan være med på å forme følelsen av nærhet. Dette overstemmer også godt med hovedkonklusjonen til Collins & Miller (1994) der de konkluderte med at en både den som avslører og den som blir avslørt til liker hverandre bedre som følge av interaksjonen, samt at en gjerne avslører til de en liker godt i utgangspunktet.

Hvilket formål tjener selvavsløring egentlig? Det er innad i relasjonene pekt på en rekke fordeler med selvavsløring mennesker i mellom. Mennesker er generelt mer

komfortable i forhold til de som har et godt bilde av hvem en er som person. Dette gjelder både opp mot positive så vel som for negative trekk. Bakgrunnen for dette kan knyttes til at den relasjonelle interaksjonen går lettere, og det forekommer færre missforståelser (Swann, Stein, Seroussi, & Giesler, 1992). Selvavsløring er også viktig i begynnende relasjoner for å danne seg inntrykk av hverandre, og i så måte skape bånd mellom mennesker. (Anderson, 1965; Berger & Calabrese, 1975).

Problemstilling

Innen forskningen på datamediert kommunikasjon er det vanlig å benytte seg av betingelsen ansikt til ansikt kommunikasjon for å kontrastere, og gjennom dette finne ut hva som skiller modusene for kommunikasjon fra hverandre, og hvilken påvirkning dette har på relasjoner. Walther (1995;1996) har fremmet det syn at dmk kan være mer intimt enn det som er tilfelle for relasjoner som har sin opprinnelse i ansikt til ansikt kommunikasjon. Dette understøttes også av forskning som viser at selvavsløring skjer tidligere og med høyere frekvens i datamediert kommunikasjon enn i ansikt til ansikt dialoger (Joinson,2001). Selvavsløring blir betraktet som en fundamental byggesten i vennskap (Altman & Taylor, 1973)(Collins & Miller, 1994). Noe av denne effekten er knyttet til anonymitet (Joinson, 2001), men også andre effekter slik som gjengjeldelse (Cozby, 1972)og attribusjon spiller inn (Jiang, Bazarova, & Hancock, 2011).

Tidlig cue filtered out teori fremholdt at tekstbasert datamediert kommunikasjon hadde lav båndbredde på bakgrunn av at kinestetisk, visuell og kontekstuell informasjon ikke kom gjennom ,noe social information processing theory ga utrykk for ikke ville ha noen stor påvirkning på relasjonsbygging hvis en bare ga det lengre tid (Walther, 2006). Omfanget av bruken av tekstbasert kommunikasjon via internett har økt betydelig siden den gang og studier peker på at nesten 80% av amerikanske ungdommer benytter seg av

lynmeldinger til å kommunisere med sine venner i dag, hele 98% hadde en eller flere epost adresser (Pierce, 2009). Det er i så måte tydelig at det er attraktivt for å vedlikeholde relasjoner så vel som for å kommunisere med ukjente. Ikke desto mindre opplever brukere som for første gang treffer en de har hatt kontakt med på nettet og kan betegne som en nær og god venn ofte ubehag (Kim, 2002).

Selvavsløring er en av grunnsteinene i relasjonsbygging, social penetration theory beskriver også denne atferden som typedefinerende for hva slags relasjon det er snakk om (Altmann & Taylor 1973). Det er i så måte også av interesse når det gjelder relasjoner som blir bygget opp via tekstbasert datamediert kommunikasjon alene. Teorier i perioden fra midten på 1970 tallet frem til begynnelsen av 1990 innen feltet datamediert kommunikasjon la vekt på den upersonlige naturen til denne formen for kommunikasjon da mediet ikke overførte nonverbale og visuelle stimuli. Det ble derfor også en slags konsensus om at datamediert kommunikasjon var uegnet til å skape gode og nære relasjoner mellom mennesker (Walther, 2006). Nyere teorier bestrider synet på at datamediert kommunikasjon har et upersonlig preg, og mener at gode og nære relasjoner vil oppstå hvis en gir det mer tid i og med mangel på nonverbale signaler.

Teori om liking og selvavsløring, innenfor det tradisjonell selvavslørings basert på ansikt til ansikt kommunikasjon legger til grunn at selvavsløring er noe som bør skje gradvis, og at for tidlig intim avsløring blir sett på som mistilpasset (Cozby, 1973). Når en ser på studier innen dmk ser en at det motsatte skjer, selvavsløring er mer frekvent og mer intimt på et tidligere stadium enn det i ansikt til ansikt kommunikasjon (Tidwell & Walther, 2002). En vil derfor tenke seg at dette vil ha en negativ effekt på liking (Collins & Miller, 1994). Resultater indikerer dog at avsløring via nett har en positiv innvirkning på relasjonen.

Interessant er det derfor å observere at dmk blir beskrevet som mer intenst og intimt (Hancock & Dunham, 2001) og at dmk i visse tilfeller viser seg å føre til rask tett relasjonsdannelse (Walther, 1995). *Jeg vil forøke å belyse rollen selvavsløring har innen datamediert kommunikasjon, og å sette denne inn i en relasjonell kontekst.* For å gjøre dette vil jeg ta utgangspunkt i teorier om datamediert kommunikasjon, og kontrastere dette opp mot teoretiske bidrag innen selvavsløring både i mediert men også i umediert kommunikasjon.

Det er nødvendig å gjøre avgrensninger både i forhold til de teorier som omhandler temaet men også i forhold til hva en kan si noe om. Kommunikasjons feltet på internett er bredt og inkluderer mange kanaler som medierer kommunikasjon. Facebook som har vunnet mye popularitet vil ikke bli tatt med i oppgaven da det i hovedsak er et sosialt nettverk der en inviterer sine bekjente, og skiller seg ut i forhold til tilgjengelig forskning på relasjonell mediert kontakt mellom ukjente. Jeg vil heller ikke ta for meg internett forum basert kommunikasjon da dette er knyttet opp mot gruppekommunikasjon og skiller seg derfor ut fra dyadisk tekstbasert interaksjon. Med der data mediert kommunikasjon blir referert til i denne oppgaven blir det henvist til epost eller synkrone tekst applikasjoner slik som icq, yahoo messenger , msn og liknende protokoller, der tekst utveksles i sanntid.

Selv-avsløring innen datamediert kommunikasjon

Selvavsløring stiller seg som en spesiell kategori i ellers impulsfattig kommunikasjon.

Avsløring i seg selv er et imperativ da de visuelle impulsene som ellers møter oss ikke er tilstede i dmk. For at en 32 år gammel kvinnelig revisor fra Sogndal skal bli synlig trengs

noe mer enn bare kategoriene, kvinne, revisor, og norsk fra utkant Norge. Kategoriene kan selvsagt benyttes for å gjøre mange generelle antakelser om personen, men sier egentlig lite om vi har å gjøre med et utadvendt fargestykke av et menneske eller et nokså innadvendt individ som foretrekker mennesker best på avstand. I en ansikt til ansikt samtale ville vårt første inntrykk kanskje vært at vi hadde med en kvinne å gjøre og at hun kanskje hadde fargerike klær og et kropps språk som utrykte at hun var komfortabel i situasjonen hun befant seg i innen mediert kommunikasjon uten slike signaler ville vi vært nødt til å ta i bruk andre strategier.

Det var ofte påpekt og gjort funn at bruk av datamaskin og kommunikasjon via internett førte til ensomhet og isolasjon. Disse effektene er ikke så fremtredende i studier i dag, en finner heller positive effekter knyttet opp til bedre relasjoner blant unge. Det er blitt postulert at noe av denne effekten kan komme av øket selvavsløring som en følge av øket bruk av datamediert kommunikasjon (Valkenburg, & Jochen, 2009).

Innen datamediert kommunikasjon sitter man igjen med langt færre verktøy enn det en har i en ansikt til ansikt relasjon hvis en sammenlikner med komponentene innad i social penetration theory. Det en sitter igjen med er dog et av de viktigste verktøyene, selvavsløring.

Selvavsløring i dmk skiller seg på flere felter ut i fra den samme atferden ansikt til ansikt. Det eksisterer en viss enighet om at denne atferden er knyttet opp mot manglende visuelle og auditive signaler, og de underliggende prosessene som fører til dette er dog mangeartet (Schouten, Valkenburg & Jochen, 2007). Frekvensen av selvavsløring via dmk øker i både frekvens og intimitet sammenliknet med ansikt til ansikt interaksjoner (Schouten, Valkenburg & Jochen, 2009)(Tidwell & Walther, 2002). Selvavsløring som ikke hadde bakgrunn i spørsmål som ble stilt skjedde også hyppigere innen dmk

(Joinson,2001). Elementer som er studert i forhold til dette er bruk av direkte spørsmål og språklige virkemidler(Tidwell & Walther, 2002)(Schouten. Valkenburg & Jochen, 2009),øket selvfokus og minsket offentlig fokus (Joinson, 2001, attribusjon (Jiang, Bazarova, Hancock, 2011a), gjengjeldelse og persepsjons intensifisering (Jiang, Bazarova, Hancock, 2011b).

Kommunikasjon via tekstbaserte medier baserer seg naturlig nok på språk og hvorledes ting formuleres. I et studie Schouten, Valkenburg & Jochen (2007) ble det funnet signifikante forskjeller i spørsmåls stilling mellom individer som tidligere ikke kjente hverandre. Spørsmålene var mer direkte og intime i betingelsen som var mediert via tekst enn ansikt til ansikt. Spørsmålene eliciterte så selvavsløring på nivå med det som ble spurt. Denne atferden ble ansett for å redusere usikkerhet samt for å danne seg et inntrykk av den de snakket med. Men forteller også om at spørsmål som ikke ville kommet opp i ansikt til ansikt dialoger før senere allerede tidlig i samtale med fremmede ikke bare kommer opp men også blir besvart. Flere av disse elementene blir beskrevet av en respondent i et kvalitativt studie.

" I Usually have serious conversations with my friends using IM, such as romantic relationships, marriage, future plan, or religion, etc. Since we don't see each others face, it is much easier for me to be frank with my friends and to bring up serious issues. If i have to talk to my friends face-to-face, I don't think i could talk about such things. IM gives me much more courage and makes me brave" . (Kim ,2002, s.14)

I denne passasjen kommer det frem at temaer som diskuteres er vesentlige og dype, samt at han tør både å spørre å svare venner i forhold til viktige temaer.

Jiang, Bazarova & Hancock (2011a) beskriver en videreutvikling av den hyperpersonlige modellen til Walther (1996) der de også beskriver attribusjonsmønstre

innad i selvavsløring via tekstbasert mediert kommunikasjon. I et 2x2 design paret de en testperson med en godt trent medhjelper de ikke kjente, som enten ansikt til ansikt, eller via tekstbasert mediert kommunikasjon gjorde lav eller høy intimitets avsløringer.

Forsøkspersonen ble ledet til å tro at medhjelperen også var en del av studiet. Deres funn indikerte at selvavsløring ble oppfattet mer intim i dmk situasjonen enn det som var tilfelle for ansikt til ansikt der selvavslørings graden var høy. Den underliggende faktoren i dette studiet var hva slags interpersonlige attribusjoner som ble gjort omkring den ukjente medhjelperen, og de viste seg å være signifikant mer intense og intime der dmk ble nyttet både i forhold til den lave intimitets avsløringen så vel som der høy grad av selvavsløring ble foretatt. Jevn over hadde dog en høy grad av avsløring en effekt på begge grupper . Noe som er konsistent med funn gjort av Walther (1995) og som han videre utviklet til den hyperpersonlige modellen.

Denne intensifisering av intimitet er også studert i forhold til normen om gjengjeldelse. Altså normen om at hvis en avslører er det mer naturlig for den andre og svare med en avsløring. Tekstbasert dmk har en selvforsterkende effekt knyttet opp mot at selvavsløringer blir oppfattet som mer intime over dmk enn det som er tilfelle ansikt til ansikt. Dette leder så i sin tur til en enda sterkere avsløring tilbake i følge funn gjort av (Jiang, Bazarova & Hancock (2011b).

Joinson (2001) viste at en ved å manipulere fokus til forsøks personene ville et øket selvfokus og et lavt offentlig fokus øke graden av spontan selvavsløring.

Noe av den økende intime tonen kan en spore i epost-dating, som blir en slags målrettet form for relasjonsdannelse. Der er kronometriske variabler også i aller høyeste grad involvert. Starten på slike relasjoner er gjerne knyttet til at mange eposter sendes frem og tilbake, med økende grad av intimitet. Tiden det tar å utvikle relasjons dybden via

denne formen for kommunikasjon blir redusert vesentlig i forhold til kunnskap om hverandre. Blandt språklige variabler viste det seg at ord som hadde sterk emosjonelt innhold også produserte mere positive responser hos mottaker, og hadde en effekt som gjorde at 3/4 i dette studiet valgte den med mest emosjonell språkstil.. Når det gjaldt selvavsløring så viste det seg at det å åpne seg for mye i starten ble ansett for negativt for begge kjønn (Rosen, Cheever, Cummings, & Felt, 2007). Epost dating er forskjellig fra vanlig kommunikasjon da den er målrettet, og dyaden består av mennesker som måler hverandre som partnere, ikke som en potensiell venn.

Forskjeller og likheter mellom selvavsløring i mediert og umediert kommunikasjon

Hvilke fellestrekk og forskjeller kan en spore i disse to betingelsene? Attribusjon for avsløring er viktig i begge betingelser, ved å ta vekk visuelle signaler i den medierte betingelsen vil en tenke seg at evnen til å komme med presise personlige attribusjoner opp mot den avslørende parten ville gå ned. Innen hyperpersonlig teori Walther (1996) vil en tenke seg at den som mottar informasjon vil overattribuere det er også funnet noe støtte for dette (Hancock & Dunham, 2001). Dette fører til mindre gangsyn hos vedkommende som mottar og ofte mer intense relasjonelle attribusjoner (Jiang, Bazarova, Hancock, 2011). Innen ansikt til ansikt vil flere av de viktige markørene i forhold til attribusjon være synlige, slik som at vedkommende er trøtt eller lei seg og derfor avslører noe. Det situasjonelle er også en vesentlig regel når det gjelder selvavsløring, Spears & Postmes (1998) predikerer mer uinhibert atferd i kommunikasjon over nett og det vil i så måte være lett å være grenseoverskridende. Noe som står som en kontrast til Kim (2002) som påpeker at kommunikasjon med venner ofte ble snillere og mer ekplisitte i forhold til følelser i samtaler med andre når lynmeldinger ble benyttet.

Særlig opp mot at en ikke befinner seg i samme rom under utvekslingen av informasjon og derfor har begrenset innsyn i hvilken kontekst vedkommende vil befinne seg i. Kim (2002) påpeker at flere av respondentene i studiet henviste til at kommunikasjon ikke alltid var ønsket og at enkelte også var svært selektive med hvem de ville snakke med. Dette er dog i allerede opprettede relasjoner og ikke en ny relasjon der en besitter liten informasjon. En kan tenke seg at kontroll over selve situasjonen ovenfor fremmede gjør at en vil avvise forsøk på å bli kjent hvis en ikke har tid eller lyst til å snakke med en fremmed letter enn det som vil være sannsynlig i ansikt til ansikt situasjon.

Kommunikasjon med den en ikke ser

I relasjons utvikling ansikt til ansikt starter en sjelden som ubeskevne blad ovenfor hverandre. En møtes på arbeidet, på skolen, via venner eller tilfeldig på gaten eller i andre delte kontekster. Det siste tilfellet er minst preget av ytre rammer er det allikevel slik at det er noe som har sørget for at partene stoppet og tok kontakt, og det er også noe som vedlikeholder denne relasjonen. Det kan være trekk den ene finner tilrekkende av utseende så vel som kinestetiske bevegelser, så vel som noe som blir sagt. Det er altså noe av dette Walther (1992) mener kan overføres med tekst, følelsen av det uventede spontane møtet med en fremmed, som en før en har utvekslet et ord med allikevel har avslørt såpass ved seg selv at det er aktuelt å stoppe.

Møtet kan også eksempelvis være en uflidd ruset mann eller en vakker kvinne som har kledd seg pent, for å ta to stereotyper. Det samme møtet over en mediert kanal fortøner seg annerledes, utvekslingen av informasjon starter i det noe blir skrevet. Lerretet kan i så måte betegnes som heller blekt innen dmk mens det i ansikt til ansikt samtaler kan være ganske farget før selve samtalen starter. Når vel samtalen er startet vil en så heller ikke i

den medierte samtalen ta del i det nonverbale kropps språket til den andre parten en vil med mindre det er lagt opp for det ikke en gang vite om det er en mann eller kvinne eller hvorvidt vedkommende er gammel eller ung før dette blir avslørt via tekst og gjort eksplisitt. Tekstbasert kommunikasjon vil alltid ha sin styrke i skriften. Mye stavefeil kan eksempelvis bli antatt å være knyttet til at noen er slurvete, men hvis dette pågår over en viss tid vil personen kunne oppfattes som inkompetent og lite attraktiv å snakke videre med (Lea & Spears. 1992). Tekst kan derfor virke inn særlig negativt på grupper av mennesker som har dysleksi men ellers ikke har noe kognitivt handicap.

Kunnskapen om situasjonen til den andre motparten er også fraværende innledningsvis, det kan eksempelvis være en med svært god tid som sitter i et stille rom, eller noen som sitter på en datasal omringet av venner og gjerne utveksler et par ord med dem også. Med dette som utgangspunkt synes det som at ansikt til ansikt situasjonen allerede er rik på informasjon og vedkommende på hver sin side av en datamaskin er nokså fattige på informasjon. Dog skal det sies at kommunikasjon via dmk ikke skjer tilfeldig og det må derfor foreligge en intensjon om å samhandle. Det hadde vært mer enn litt maladaptivt å logge på et chatteprogram for å lage middag. En unnslipper ikke helt uansett selv om intensjonen er på plass, dmk er en fattigere på signaler både på forhånd og underveis i samtalen i tråd med cues filtered out teoriene (Walther, 2006). En blir så nødt til å kompensere for dette og skape et relasjonelt innhold av interesse. Schouten, Valkenburg & Jochen (2009) bemerket seg at de som konverserte ansikt til ansikt ofte forholdt seg til lavintimitets avsløringer lenger enn det som skjedde i dmk. I den medierte betingelsen kom avsløringene tettere og omhandlet et stort antall temaer.

Det er en bare en begrenset periode noen har lyst til å se på et tomt lerret og hvis det var en interesse hadde det vært en interesse for de få. Veien dit er spørsmål og svar via

tekst i mangel på andre måter å samhandle på. Hvis en ser på normer for selvavsløring vil en se at flere av disse ikke vil kunne oppfattes like lett i dmk. Dette er nødvendigvis nødt til å skjer via en eller annen form for avsløring der kjønn, alder og hva en driver med vil fremkomme. Mye av poenget blir hvordan en behandler selvavsløring som begrep. Hvis en forholder seg til Cozby's (1973) definisjon vil ovennevnte fakta i en mediert situasjon være en slags lav intimitets avsløring som gjøres eksplisitt for at en skal danne seg et bilde av motparten (Schouten, Valkenburg, Jochen, 2009). Via gjengjeldelses normen og gradvis intensivert intimitet i avsløringer vil så et rikere bilde danne seg, og relasjonen vil føles nærmere. Noe en ser kan skje ganske raskt der selvavsløring er en vesentlig del av det som foregår (Jiang, Bazarova & Hancock (2011b))(Jiang, Bazarova & Hancock 2011a).

Stereotypier og idealisering

" Whether a person is selfish, a lion is aggressive, or a fire is dangerous is therefore partly determined by what the person, lion, or fire does, but also the pre-existing stereotypes and expectancies about people, lions, and fires." (Epley & Kruger ,s.414)

Stereotyper er en integrert del av hyperpersonlig teori spesielt i starten på dialogen, og vektlegges ikke bare i forhold til positive utfall men også i forhold til negative (Walther, 2006).

Jeg har allerede nevnt to stereotyper som en kan møte på i ulike situasjoner ansikt til ansikt. Den data medierte situasjonen vil ikke ha tilgang til synet av de to personene og vil derfor stille på jevnere grunn i utgangspunktet (Kim, 2002). I henhold til hyperpersonal theory har begge derfor en mulighet til å fremstille seg fra sin beste side og en vil så danne et idealisert bilde av hvordan motparten ser ut(Walther 1996). På den andre siden er det også enkelte fallgruver forbundet med kommunikasjon via epost. Epley & Kruger (2005)

demonstrerte at stereotyper og falske håp influerte brukere mer over epost enn via ansikt til ansikt interaksjonen. Dette ble delvis forklart ved at det hersket en større grad av usikkerhet rundt budskapet i epost enn ansikt til ansikt.

Introduksjon av bilde av i starten på en interaksjon over tekstbasert kommunikasjon hadde en positiv effekt på affeksjon og attraksjon. Ble bildet derimot presentert senere ble affiniteten partene imellom dempet (Walther, Slovacek, Tidwell, 2001). Både den raske intimiteten og overgangen til et visuelt møte via et medium der ingen har sett hverandre beskrives godt av en lynmeldings bruker :

"I happen to talk to a guy whom ive never met in IM (instant messaging). We become really good friends after ten hours of chatting and i felt pretty sure that he must be a good person... We decide to meet face-to.face, but when we actually met, we were extremely shy and did now know what to say. In IM conversation, we were like close friends who have known each other for a year, but it was really awkward for me to see him face to face" (Kim, 2002, s14).

En ser her tydelig hvorledes de to formene ikke nødvendigvis overfører den samme intimiteten med en gang selv om de nok har utvekslet svært privat informasjon som har gjort at de ønsket å se hverandre ansikt til ansikt. Det er også tydelig at relasjonsutviklingen har gått veldig fort. En mulig forklaring på dette er at selv om den medierte relasjonen er blitt opplevd som mer intens enn det som er vanlig ansikt til ansikt er det også slik at inntrykket hun satt med var noe smalere enn det en som ville vært tilfellet i en ansikt til ansikt situasjon (Hancock & Dunham, 2001)

På tross av erfaringer som den ovenfor er det mange som innleder relasjonelle forhold via dmk. Internasjonale nettsteder rapporterer en stor økning i trafikk og at nettdating har mistet mye av sitt sosiale stigma. I henhold til teoriene til Walther (1996) er

kontroll og det å fremstille seg fra sin beste side en egenskap ved dmk, som er vanskeligere å gjennomføre ansikt til ansikt. Innen nettdating er det å være selektiv med hva en avslører av stor viktighet for å oppnå målsetningen om å få seg en partner (Gibbs, Ellison, & Lai, 2011). Et vanlig virkemiddel på slike nettsted er å legge opp et bilde av seg selv, og respondenter avslører at dette ofte er strategisk valgt ut, og at ca 16% av kvinnene i studiet også gikk til fotograf for å få et bedre bilde. Noe som indikerer at det blir brukt strategier for å fremstå på en presentabel måte ovenfor de som måtte se. Videre viser studier knyttet opp mot dating sider at det brukes mye energi for å fremstå på en positiv måte i denne settingen(Whitty, 2007). Noe som i sin tur kan være med på å forsterke idealisering og stereotypier.

Den trege kanalen

Tidlige båndbredde teorier la i sin tid stor vekt på å forklare begrensningene til dmk gjennom å lage et skille mellom sanse rik, ansikt til ansikt kommunikasjon og den dertil sansefattige dmk (Short, Williams & Christie, 1976) (Sproull & Kiesler, 1986) . Det ble også i senere modeller godtatt at dmk inneholdt mindre informasjon per tidsenhet enn det ansikt til ansikt gjør, også hvis en ikke tar med den nonverbale kommunikasjonen som er tilstedeværende i ansikt til ansikt situasjonen. (Walther, 2006). For å kompensere for dette blir det i flere forsøk gitt bedre tid der dmk og ansikt til ansikt sammenliknes (Tidwell & Walther, 2002)(Schouten, Valkenburg & Jochen, 2009).

I et studie der den medierte betingelsen fikk 24 minutter til rådighet og den ikke medierte fikk 12 ble det fremdeles brukt nesten dobbelt så mange ord i ansikt til ansikt samtalen. I den datamedierte betingelsen så vel som ansikt til ansikt betingelsen slapp begge parter til like mange ganger. Noe som indikerer at setningene som blir produsert via dmk er kortere enn det som er vanlig i ansikt samtaler. (Schouten, Valkenburg & Jochen,

2009). Det levnes derfor liten tvil om at tekst basert dmk som kommunikasjons medium er en god del tregere enn ansikt til ansikt kommunikasjon, noe som også teorier som Social information processing theory tar inn over seg (Walther, 1995). En hjørnestein innen social information processing theory er at en har muligheten til å manipulere kronometriske variabler .(Walther, 1995). Det har i så måte betydning hvor ofte budskaper går frem og tilbake og hastigheten som budskaper sendes frem og tilbake i.

Ytterligere treghet blir forsterket av den asynkrone naturen til mange tekstbaserte medier innen dmk slik som epost. Studier av mennesker som datet via epost viste at øket engasjement fører til flere og hyppigere meldinger. (Gibbs, Ellison, & Lai , 2011).).

Dmk kan på mange måter sammenliknes med en mobiltelefonsamtale der den initiale start kostnaden er lav men samtale kostnaden er høy, i alle fall i forhold til tid som blir brukt. En 10 minutters samtale ansikt til ansikt vil i en dmk setting derfor føre til en 40-50 minutter lang samtale, for de fleste ikke noe en vil innlate seg på uten at en har spesielt god tid eller at mediet i seg selv byr på manipuleringer som kan omgå denne tregheten slik Walther foreslår (1992). En treg kanal fordrer en eller annen form for effektivitet. Rent språklig vises dette gjennom at språket som blir brukt er direkte og for å veie opp for det som ikke er der vil også direkte spørsmål bli benyttet. Det er derfor plausibelt å anta at hastigheten på mediet vil innvirke på språket på en slik måte at språkbruken i seg selv er med på å føre til mer avsløring (Schouten, Valkenburg & Jochen, 2009).

Konklusjon

Det kan hevdes at de tidlige teoretikerne innen datamediert kommunikasjon har rett i mye av det rammeverket de skapte som var knyttet til at manglende signaler ville ha en effekt på kommunikasjonen. Men i stedet for en overflatisk oppgave orientert samtale, er samtalen preget av mer intime avsløringer mellom menneskene som benytter det. Nettopp med bakgrunn i de ulikhetene som eksisterer mellom ansikt til ansikt og datamediert kommunikasjon.

I studier der en eksperimenttelt har manipulert mennesker til å gradvis avsløre mer og mer, kan en se effekter som minner om den hyperpersonlige modellen , men uten rammene som ville gjøre en slik situasjon til noe ubehagelig, og fører til attribusjoner som antyder personlighets avvik. Det er derfor ikke unaturlig å tenke seg at dette er en av nøklene til hva som gjør interrelasjonell kontakt over internett attraktivt for mange.

Det er også mulig å tenke seg at det å ikke se motparten ikke bare fører til føler trygghet, men snarere også ansporer til at vi spør om ting vi ikke vet noe om. Noe som er med på å etablere normer for hvordan samtaler mediert via teknologi, fører til normer som aksepterer at en spør, og også at en avslører der en ellers ikke ville gjort det.

Oppgaven forholder seg til selvavsløring og relasjons utvikling på nett og det er for mange som treffer den de har truffet på nett en ukomfortabel situasjon, i det en konfronteres med ansiktet en kanskje ikke har sett, men samtidig også at en vet mer om denne personen enn mange av sine nærmeste venner som en ble kjent med på annen måte. Dog er det slik at både dating via nett har blitt en stor industri på nett så det er sannsynlig at disse følelsene bare vil fremkomme innledningsvis, slik de ofte også gjør i relasjonelle møter med en som en ikke kjenner.

Eksperimentelle studier knyttet til mediert kommunikasjon har manipulert variablene i sine studier på forskjellige måter, så en kan tenke seg at det ikke bare er en faktor som står bak vår økede avsløring på nett men flere. Det er dog slik at det er vanskelig å tenke seg mediert kommunikasjon uten selvavsløring, og det kan trygt antas at denne har stor relasjonell verdi også i datamediert kommunikasjon.

En utfordring som også påpekes av Kim (2002) er at mye av forskningen innen dmk er kvantitativ og sier lite om spesifikke meninger grupper av brukere har som kanskje ville lettere bli fanget opp i et kvalitativt studie. Det er i dag en smal sak å kunne studere respondenter via programmer som kan samle data på respektive datamaskiner for analyse, det kunne derfor vært interessant materiale å analysere uten bruk av forsøks laboratorier.

Videre er forskningen til stor del lagt til upersonlige laboratorier som kanskje ikke frembringer den helt store lyst til å prate om seg selv. I motsetning til dagliglivet vil derfor også respondentene ha full oppmerksomhet rettet mot det som skal skje, og det samtales med en person av gangen. Noe som ikke trenger å være tilfelle i daglig data mediert kommunikasjon. Andre utfordringer i forhold til forskning er hvorledes selvavsløring vil utarte seg over tid. Mange av de forsøkene som er gjort er foretatt over en begrenset tidsperiode, eller gjentatt et mindre antall ganger. Det er derfor vanskelig å trekke bastante konklusjoner på lang sikt ut i fra disse studiene men det er naturlig å tenke seg at graden av daglig avsløring vil være større også på sikt sammenliknet med ansikt til ansikt relasjoner. En effekt som særlig kan spille inn på attribusjon i slike forsøk er også at respondentene vil attribuere handlingene de foretar seg til at de har blitt fortalt av forsøksleder hva de skal gjøre. I slike tilfeller vil en være nødt til å være oppmerksom på effekten av situasjonelle variabler. Mangelen på longitudinelle studier innen dette feltet

gjør at dette hadde vært kjærkommen forskning for å kunne si noe om hvordan selvavsløring som atferd vil utarte seg over tid.

Det er fristende å benytte seg av Rheingolds utsagn da dette summerer opp essensen av funksjonen selvavsløring har på nett, og om at begrensinger ikke alltid er negative : "meaningful relationships can be formed in cyberspace because of, not despite, its limitations. `the medium will, by its nature . . . be a place where people often end up revealing themselves far more intimately than they would be inclined to do without the intermediation of screens and pseudonyms". (Rheingold, 1993)

Referanser

Altman, I. & Taylor, D. (1973). Social penetration: *The development of interpersonal relationships*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Aron, A., Melinat, E., Aron, E.N., Vallone, R.D., & Bator, R.J. (1997). The Experimental Generation of Interpersonal Closeness: A Procedure and Some Preliminary Findings. *Personal Social Psychology Bulletin*, 23, 363-377.

Boase, J., Horrigan, J. B., Wellman, B., & Rainie, L. (2006). *The Strength of Internet Ties*. Washington D.C.: The Pew Internet & American Life Project.

Chaikin, A. L. & Derlega, V. J. (1974) Variables affecting the appropriateness of self disclosure. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42(4), 588-593.

Chiu, C.-y., Krauss, R. M., & Lau, I. Y.-M. (1998). Some cognitive consequences of communication. In S. R. Fussell & R. J. Kreuz (Ed.), *Social and cognitive approaches to interpersonal communication* (s.259-278). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Daft, R.L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness, and structural determinants. *Management science*, 32, 554-571.

Derlega, V. J., Wilson, M. Chaikin & A. L. (1976) Friendship and disclosure reciprocity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34(4), 578-582.

- Derlega, V.J. & Berg, J.H. (1987). *Self-disclosure: theory, research, and therapy*. New York: Plenum press.
- Derlega, V. J., Metts, S., Petronio, S., & Margulis, S.T. (1993). *Self-disclosure*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Epley, N., & Kruger, J. (2005). When what you type isn't what they read: The perseverance of stereotypes and expectancies over e-mail. *Journal of Experimental Social Psychology, 41*, 414–422.
- Gibbs, J. L. Ellison, N.B. & Lai, C.H. (2011) First Comes Love, Then Comes Google: An Investigation of Uncertainty Reduction Strategies and Self-Disclosure in Online Dating. *Communication Research, 38*(1), 70-100.
- Hancock, J. T., & Dunham, P. T. (2001). Impression formation in computer-mediated communication revisited: An analysis of the breadth and intensity of impressions. *Communication Research, 28*, 325–347.
- Jiang, L. C., Bazarova, B. N., & Hancock, J. T. (2011) The disclosure-intimacy link in computer-mediated communication: an attributional extension of the hyperpersonal model. *Human Communication Research, 37*, 58-77.

Kelley, H.H. The processes of causal attribution (1973). *American Psychologist*, 28(2), 107-128.

Krauss, R. M., & Fussell, S. R. (1996). Social psychological models of interpersonal communication. I E. T. Higgins & A. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: A handbook of basic principles*. (s.655-701). New York: Guilford.

Laurenceau, J., Barrett, E., Feldman, L., & Pietromonaco, P.R. (1998).

Intimacy as an interpersonal process: The importance of self-disclosure, partner disclosure, and perceived partner responsiveness in interpersonal exchanges.

Journal of Personality and Social Psychology, 74(5), 1238-1251.

Pierce, T. (2009). Social anxiety and technology: Face-to-face communication versus technological communication among teens. *Computers in human behaviour*, 25, 1367-1372.

Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. (1998). Breaching or building social boundaries? SIDE-effects of computer mediated communication. *Communication research*, 25, 689-715.

Rheingold, H. (1993). *The virtual community*, revised edn.
London: MIT Press

Rosen, L.D., Cheever, N.A., Cummings, C. & Felt, J. (2008) The impact of emotionality and self disclosure on online dating versus traditional dating. *Computers in human behaviour*, 24, 2124-2157.

Schouten, A., Valkenburg, P., & Peter, J. (2009). An Experimental Test of Processes Underlying Self-Disclosure in Computer-Mediated Communication.

Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 3(2).

Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications*. London: Wiley.

Sproull, L., & Kiesler, S. (1986). Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication. *Management Science*, 32, 1492-1512.

Swann, W. B., Jr., Stein-Seroussi, A., & Giesler, B. (1992). Why people self-verify. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 392-401.

Thibault, P.J. (2008). Face-to-face communication and body language. I Antos, G. & Ventola, E. (Red.). *Handbook of Interpersonal Communication*. Vol.2, (s. 285-325). Berlin:Mouton de Gruyter.

Tidwell, L. C., & Walther, J. B. (2002). Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at the time. *Human Communication Research*, 28, 317-348.

Wallace, A. (1999). *The psychology of the internet*. New York: Cambridge University Press.

Walther, J. B., Slovacek, C.L., & Tidwell, L.C. (2001). Is a picture worth a thousand words? Photographic images in long-term and short-term computer-mediated communication. *Communication Research*, 28, 105-134.

Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19, 52-90.

Walther, J. B. (1995). Relational aspects of computer-mediated Communication: Experimental observations over time. *Organization Science*, 6(2), 186-203.

Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23, 342-369.

Walther, J. B. (2006). Nonverbal dynamics in computer-mediated communication, or: (and the net : ('s with you, :) and you :) alone. I Manusov, V. & Patterson, M. L. (Red.). *Handbook of nonverbal communication*. (s.461-479). Thousand Oaks, CA: Sage.

Whittaker, S. (2002). Theories and Methods in Mediated Communication. I Graesser, A., Gernsbacher, M., and Goldman, S. (Ed.) *The Handbook of Discourse Processes*. (s.243-286). Erlbaum: NJ.

