

Facebook - en ny arena for sosiale distinksjoner?

En survey-undersøkelse av Bergensstudenters bruksmønstre på
Facebook i lys av Bourdieus teorier om sosial ulikhet

Marie Walentin Sandbu



Masteroppgave i medievitenskap
Institutt for informasjons- og medievitenskap
Universitetet i Bergen

Februar 2013

Forord

Arbeidet med masteroppgaven har vært en lang og krevende prosess. Det er godt å endelig sette punktum. Samtidig har jeg lært utrolig mye, både om meg selv og om det å bedrive forskning. Jeg har fått muligheten til å grave meg ned i et tema som jeg er fascinert av.

Oppgaven hadde imidlertid aldri funnet sin form uten hjelp og støtte fra andre. Det er derfor flere jeg ønsker å takke.

Først vil jeg takke min veileder Jan Fredrik Hovden for alle gode og konstruktive tilbakemeldinger, og for all hjelp knyttet til det tekniske. Du må være verdens raskeste til å svare på mail. Jeg vil også rette en stor takk til Sunniva og pappa for korrekturlesing og tilbakemeldinger. Mine studievenninner på lesesal 637, Hilde, Charlotte, Sunniva, Magnhild og Christina; takk for all moro, alle samtaler og lunsjer på vårt kjære pauserom. Uten dere hadde mastertilværelsen vært kjip. Mamma, pappa og Fredrik fortjener også en takk for alle støttende ord og for troen på meg.

Sist, men ikke minst vil jeg rette en stor takk til alle studentene som besvarte undersøkelsen min. Uten dere hadde det aldri blitt noen masteroppgave.

Marie Walentin Sandbu

1. februar 2013

Innhold

Kapittel 1 – Introduksjon	1
1.1 Motivasjon for tema.....	1
1.2 Tema og problemstilling:.....	2
1.3 Oppgavens disposisjon	3
Kapittel 2 – Teoretisk rammeverk	5
2.0 Facebook som forskningsobjekt.....	5
2.1 En ny digital offentlighet?	7
2.2 Habermas og offentligheten	7
2.2.1 Kritikk av Habermas.....	10
2.3 Mark Poster og det nye mediesamfunnet.....	11
2.4 Medium theory.....	12
2.4.1 Medias endringsmekanismer og rollemønstre	14
2.5 Digitale skiller	18
2.5.1 Digitale skiller i bruk av sosiale medier	20
2.5.2 Digitale skiller og sosiologiske faktorer	22
2.6 Pierre Bourdieu og distinksjoner	22
2.6.1 Det sosiale rom.....	23
2.6.2 Kapitalbegrepet.....	24
2.6.3 Habitus.....	25
2.6.4 Sosiale felt	26
2.6.5 Bourdieu sin modell for menneskelig handling.....	28
2.6.6 Kritikk av Bourdieu	28
2.7 Facebook som sosialt rom eller sosialt felt?	29
2.7.1 Facebook som case for sosiale distinksjoner	31
Kapittel 3 – Metode	32
3.0 Forskningsdesign og metode.....	32
3.1 Begrunnelse for valg.....	32
3.1.1 Valg av surveytilnærming.....	32

3.1.2 Valg av studenter som case.....	32
3.1.3 Valg av websurvey.....	33
3.2 Utvalg.....	33
3.3 Rekruttering av respondenter.....	35
3.3.1 Pilotstudie.....	36
3.4 Utforming av spørreskjema.....	37
3.5 Resultat og frafallsanalyse.....	38
Kapittel 4 - Analyse.....	42
4.0 Analyse.....	42
4.1 Grove skiller i gruppene.....	43
4.2 Generell bruk av Facebook.....	45
4.2.1 Tidsbruk.....	47
4.2.2 Facebook-venner.....	47
4.2.3 Bruk av funksjoner på Facebook.....	48
4.2.4 Deltakelse på Facebook.....	49
4.3 Statusoppdateringer.....	53
4.3.1 Nordisk/litteraturvitenskap.....	57
4.3.2 Jus.....	58
4.3.3 Allmennlærer.....	59
4.3.4 Ingeniør.....	60
4.4 Bildebruk.....	61
4.4.1 Nordisk/litteraturvitenskap.....	65
4.4.2 Jus.....	66
4.4.3 Allmennlærer.....	67
4.4.4 Ingeniør.....	68
4.5 Viktigheten av Facebook og autentisitet.....	69
Kapittel 5 – Diskusjon.....	71
5.1 Fellestrekk og ulikheter.....	71
5.2 Kjønnforskjeller.....	72

5.3 Sosialt høyt rekrutterte faggrupper	73
5.4 Sosialt lavere rekrutterte faggrupper.....	75
5.5 Svakheter.....	79
5.6 Avslutning.....	80
Kildeliste	81
Vedlegg 1: Informasjonsskriv utdanningsinstitusjoner	86
Vedlegg 2: Informasjonsskriv studenter.....	88
Vedlegg 3: Meldebrev Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste	89
Vedlegg 4: Spørreskjemaet	94
Vedlegg 5: Tabeller	117

Kapittel 1 – Introduksjon

I tidsalderen vi lever i, har den digitale utviklingen hatt stor betydning for hvordan vi kommuniserer med hverandre. Internettets gjennombrudd og utvikling har gjort det enklere for mennesker å kommunisere, både på det lokale plan og på tvers av landegrenser. Sosiale medier gjenspeiler på mange måter effekten av slike globaliseringsprosesser. Kommunikasjonsplattformer som sosiale medier har fått en stor plass i den digitale kommunikasjonsprosessen. Den klassiske kommunikasjonsmodellen som vi kjenner den, *sender-budskap-mottaker*, har blitt utfordret langs veien. Senderen har ikke lenger en statisk rolle, men kan opptre som både sender og mottaker, og vise versa. Kommunikasjon og budskap mellom mennesker er samtidig ikke lenger begrenset av tid og sted, det er blitt et globalt fenomen. Den som representerer denne tankegangen best er kanskje Marshall McLuhan. Hans begrep om *den globale landsby* som indikerer at jordkloden har blitt omgjort til en landsby basert på elektronisk teknologi (Poster 1990: 2), kan sies å beskrive dette godt.

I vår tid der kommunikasjonen mellom mennesker i økende grad foregår over internett, har det blitt økt fokus på hvordan skillene mellom det offentlige og det private har blitt mindre tydelige. Facebook som sosialt medium er blitt et digitalt sosialt møtested som kan representere denne utviklingen. Likevel er bruken av sosiale medier forskjellig blant de som bruker det. Det er dette forholdet som er grunnlaget for oppgavens tematikk – om ulike sosiale utgangspunkt kan gjenspeiles i bruken av Facebook.

1.1 Motivasjon for tema

Mitt valg av temaområde for denne masteroppgaven kan begrunnes i at jeg synes sosiale medier er en spennende del av de nye mediene som eksisterer i dag. Ny teknologi som internett har gjort det mulig å kommunisere med hverandre på nye måter og over større avstander. At kommunikasjon kan foregå over nettet, gjemt bak en dataskjerm, og ikke forutsetter interaksjon ansikt-til-ansikt, er en utvikling som jeg også finner interessant. Denne teknologiske utviklingen har gått veldig raskt, og jeg har selv hatt muligheten til å være med på prosessen.

Helt siden Facebook ble etablert, og jeg skaffet meg en profil på nettstedet, har jeg syntes at det har vært noe spesielt og samtidig fascinerende med hele ideen. Selv om jeg nå har vært mer eller mindre aktiv der i 6 år, er denne fascinasjonen fremdeles til stede. Facebook har blitt et fenomen, ikke bare i Norge, men over hele verden. Jeg tør påstå at Facebook ikke lenger bare er et «leketøy» i folks hverdag, men det har fått en større plass i menneskers kommunikasjon og samhandling. Særlig de siste årene har vi sett at sosiale medier også har fått stor samfunnsbetydning. Et av de tydeligste eksemplene på det er *den arabiske våren*, der sosiale medier ble brukt til å mobilisere opprør mot de sittende regimer og oppmuntre til revolusjon. Som en konsekvens av denne mobiliseringen ble flere av de nordafrikanske regimene stormet. Her hjemme i Norge, i dagene etter 22. juli, så vi et stort engasjement på sosiale medier. Rosetoget, som ble gjennomført i Oslo 25. juli, ble startet gjennom privat initiativ på Facebook.

Et annet aspekt som fascinerer meg i forhold til Facebook, og som la grunnlaget for tema i masteroppgaven, er hvordan venner jeg har bruker Facebook så forskjellig. Noen er mer aktive enn andre, både i forhold til bruk og i forhold til hvilken identitet de velger å skape og presentere på nettstedet. Noen er restriktive med tanke på publisering av bilder og statusoppdateringer, mens andre er det motsatte. Facebook er på mange måter også en slags blottlegging av oss selv, i den grad vi velger å legge ut fullt navn, bilder og familie- og vennerelasjoner. Det jeg selv har erfart, og fortsatt observerer, er at det oppstår noen mer eller mindre tydelige mønstre i den enkeltes Facebook-bruk. Det var også det som satte meg på tanken om tema til masteroppgaven. Kombinert med min interesse for Bourdieu sine teorier om klasse, smak og sosial ulikhet, fikk jeg idéen å knytte hans teorier opp mot sosiale medier og Facebook. Mine antakelser om at det også eksisterer sosiale mønstre i den digitale verden, så vel som i det virkelige liv, ville gjennom en studie av fenomenet kunne bli bekreftet eller avkreftet.

1.2 Tema og problemstilling:

Denne oppgaven handler om Facebook som kommunikasjonsplattform, og hvordan den blir tatt i bruk av studenter i Bergen. Jeg har vært interessert i å finne forskjeller i bruken av Facebook, basert på sosiale ulikheter. I kartleggingen av de sosiale ulikhetene har jeg tatt utgangspunkt i sosial bakgrunn og utdanning. Jeg ville se om det er noen sosiale mønstre i bruken av Facebook, og om det er noen forskjeller i forhold til hvordan man opptrer. Noen

nøkkelaspekter er identitet og selvrepresentasjon. I og med at temaet mitt angår både mediefeltet og sosiologien, har det vært naturlig å ta utgangspunkt i teoretikeren og sosiologen Pierre Bourdieu. Jeg har valgt å overføre hans teorier om sosial ulikhet og ”klasse” til mediefeltet og sosiale medier. Hans teorier om det sosiale rom, felt, habitus og kapital vil være mitt teoretiske grunnlag for å undersøke hvordan distinksjoner oppstår på Facebook. Oppgavens overordnede tematikk vil gå ut på det jeg vil kalle en *klassestudie*, der studenters utdanning vil gi grunnlag for å kategorisere de respektive ”klassene”. Jeg skal studere om utdanningsvalg og posisjon i Bourdieus sosiale rom har sammenheng med den enkeltes konkrete praksis på sosiale medier som Facebook.

På bakgrunn av den foregående redegjørelse har jeg kommet frem til følgende problemstillinger:

-Hvilke hovedskiller finnes i studenters bruk av og holdninger til Facebook, med vekt på statusoppdateringer og bildebruk?

-I hvilken grad er det en sammenheng mellom slike skiller og forskjellene i deres sosiale bakgrunn og habitus?

1.3 Oppgavens disposisjon

I kapittel 2 gjør jeg rede for oppgavens teoretiske rammeverk. Kapitlet er tredelt. Jeg ser i den første delen på medieutviklingen og fremveksten av internett i et medieteoretisk perspektiv. Her vil jeg trekke inn offentlighetsteori og medium theory, og sentrale teoretikere vil her være henholdsvis Habermas, Thompson, Poster, Meyrowitz og Goffman. I teoriens andre del presenterer jeg begrepet digitale skiller, som gir grobunn for kapitlets tredje del om Bourdieu, distinksjoner og sosial ulikhet. Videre i kapittel 3 presenterer jeg oppgavens forskningsdesign, og gjør rede for mitt valg av surveyundersøkelse som metode. I kapittel 4 tar jeg for meg oppgavens analysedel, og gjør en systematisk gjennomgang av undersøkelsens funn og hovedtendenser knyttet til mitt overordnede teoretiske perspektiv og problemstilling. Her vil forhold som generell bruk, bilder og statusoppdateringer være sentrale tema. I kapittel 5 samler jeg trådene i en diskusjonsdel, og forsøker å knytte analysens funn og hovedtendenser opp mot oppgavens teoretiske perspektiv og problemstilling. Avslutningsvis

vil jeg gi noen betraktninger om undersøkelsens hovedfunn. Jeg vil også peke på noen svakheter ved undersøkelsen og si noe om veien videre.

Kapittel 2 – Teoretisk rammeverk

Jeg har delt opp teorikapittelet i tre deler. I den første delen ser jeg medieutviklingen og fremveksten av internett i et medieteoretisk perspektiv i lys av offentlighetsteori. Er det slik at vi med den nye teknologien og fremveksten av internett kan snakke om en ny digital offentlighet? Teoretikere som Habermas og Thompson er sentrale her. Jeg vil videre redegjøre for Meyrowitz og medium theory. Han ser på media som endringsmekanismer og hvordan mediesituasjonen endrer alle aspekter ved medie- og informasjonssamfunnet, da særlig de sosiale rollene og situasjonene. Jeg vil her benytte meg av Erving Goffman og hans begreper *frontstage* og *backstage* innenfor *frame analysis*.

I teoriens andre del vil jeg gjøre rede for begrepet *digital divides* eller *digitale skiller*, som jeg har valgt å oversette det med. Overgangen til mitt overordnede perspektiv om Bourdieu og sosial ulikhet er her kort. Dette vil være tema for siste del av kapittelet. Hans teorier er oppgavens gjennomgående teoretiske perspektiv, med fokus på distinksjoner som opptrer på Facebook, da dette er blitt en ny arena for distinksjoner der identitetsskaping og selvrepresentasjon er tydelige fellesnevnerne.

Først vil jeg gjøre rede for noe av bakgrunnen for mitt valg av Facebook som forskningsobjekt, og presentere tidligere studier som berører min problemstilling.

2.0 Facebook som forskningsobjekt

Statistikk viser at Facebook er det sosiale mediet i Norge som har størst oppslutning, med over 2,7 millioner brukere (MMI Ipsos 2012). Med mer enn 1 milliard på verdensbasis brukere (Facebook Newsroom), er det et bevis på at det er et av vår tids største og kanskje viktigste kommunikasjonsmedier.

Facebook ble opprinnelig utviklet av Mark Zuckerberg og hans studiekamerater, og ble lansert i 2004. Det var først ment som et lokalt sosialt nettverk blant studenter på Harvard, før det ble lansert for allmennheten i 2006 (Ibid.). I følge Facebook er deres oppdrag; «to make the world more open and connected» (Facebook 2013). Selv om Facebook nå er inne i sitt niende år som sosialt nettverk, kan det betraktes som et relativt nytt kommunikasjonsmedium. Både med tanke på at det er et relativt nytt medium, og størrelsen i forhold til antall brukere, har gjort det til et ettertraktet forskningsobjekt verden over. Boyd og Ellison (2007) definerer

sosiale nettverkssider på følgende måte: Webbaserte tjenester som tillater individer å 1) konstruere en offentlig eller semi-offentlig profil innen et begrenset system, 2) formulere en liste over andre brukere som de deler en forbindelse med og 3) se og bla gjennom deres liste av forbindelser og andres innad i det samme systemet (Ibid.: 211). I forbindelse med sosiale nettverk blir begrepene *social networking sites* og *social network sites* brukt mye om hverandre. Boyd og Ellison forholder seg til sistnevnte. Skillet her går på sosial nettverksbygging og sosialt nettverk. Som de nevner kan termen *sosiale nettverk* brukes på ulike måter. Sosial nettverksbygging kan brukes i offentlig diskurs (Ibid.) om sosiale relasjoner og kommunikasjon mennesker i mellom, gjerne mellom fremmede. Sosiale nettverk i digitale medier som Facebook, er på sin side en annen form for nettverk der aktørene også har muligheten til å synliggjøre sine sosiale nettverk. Ellison og Boyd argumenterer for at det gjerne er på større sosiale nettverk at individer kommuniserer med bekjente som allerede befinner seg i sitt sosiale nettverk, og at «networking» ikke nødvendigvis er like fremtredende. Og det er dette aspektet gjør slike sider unike (Ibid.).

Mye av tidligere forskning på sosiale nettverk og Facebook har fokusert på betydningen av slike medier for vår sosiale identitet og sosiale fellesskap (Tække 2010), også på et mer psykologisk plan (Back et al. 2010). Andre har undersøkt om Facebook brukes til å skape nye nettverk eller om det i stedet opprettholder allerede eksisterende nettverk, som nevnt over (Boyd & Ellison 2007). Det finnes samtidig studier om selveksponering på sosiale medier (Aguition et al. 2009; Sun & Wu 2012), og om hvordan Facebook påvirker i slike sammenhenger (Ellison, Steinfeld og Lampe 2007). Sistnevnte finner blant annet en sammenheng mellom Facebook-bruk og sosialt nettverk for øvrig. Også studier av selvpresentasjon gjennom tekst versus bilder på Facebook, og effekten av det har blitt gjort (Van Der Heide, D'Angelo og Schimaker 2012). Aguiton et al. (2009) gjør i sin studie en undersøkelse av selveksponering på sosiale nettverk, der de tar utgangspunkt i et online-spill, og undersøker ulike former for selveksponering. Her er særlig bildebruk et sentralt aspekt, noe som også er en inspirasjonskilde til min undersøkelse.

I Norge er det relativt få studier om Facebook. Noe av det forskningen fokuserer på er hvilke ulike måter man bruker sosiale medier (Brandtzæg 2012) og hvordan det påvirker kommunikasjonen mellom mennesker. Annen forskning har vært rettet mot kommunikasjon og sosiale relasjoner på Facebook (Brandtzæg & Lüders 2009). Brandtzæg og Lüders (2009)

finner blant annet at deres informanter opplever å være mer sosiale enn før, både på grunn av de sosiale funksjonene, men også fordi nettmediert kommunikasjon i mange sammenhenger oppleves som mer trygt enn ansikt-til-ansikt kommunikasjon (Ibid.: 52). I tillegg viser denne studien at mange er uvitende om hvordan personopplysninger benyttes av tjenesten (Ibid.: 12). Annen forskning har fokusert på sosiale relasjoner på nett, og vist at bruken av online dataspill og nettsamfunn som Facebook gir nye sosiale møteplasser (Skog 2008). Andre har undersøkt individets fremleggelse av identitet på blogger og Facebook (Eide 2007). Noen av de sentrale studiene som har blitt gjort på bruk av Facebook i Norge og utlandet er systematisert i Aalen (2010).

Det er blitt forsket mye på Facebook og dens sosiale funksjon, hva som kjennetegner bruken og hvordan Facebook påvirker kommunikasjonen mellom mennesker. Det er imidlertid blitt rettet mindre fokus på sosiale forskjeller knyttet til bruksmønstre på Facebook. Som vi straks skal se, har nettopp spørsmålet om nettet og de sosiale medier sin evne til å viske ut eller forsterke slike sosiale forskjeller vært et sentralt spørsmål.

2.1 En ny digital offentlighet?

I denne delen av oppgaven vil jeg gjøre kort rede for hovedtrekkene i debatten om konsekvensene fremveksten av internett har for kommunikasjon mellom mennesker. Kan vi snakke om en ny digital offentlighet og er vilkårene for kommunikasjonen med på å fremme demokratiske prosesser? Jeg vil her gjøre rede for ulike teoretiske perspektiver i forhold til hvordan internett har satt nye vilkår for informasjons- og kommunikasjonssamfunnet.

I forhold til forskningsprosjektet mitt om Facebook og sosial ulikhet, er teoretiske perspektiver om offentlighet og digitale skiller relevant da sosiale medier som informasjons- og kommunikasjonsverktøy, på mange måter er berørt av denne problematikken. Perspektivet om digitale skiller knytter også an til mitt overordnede teoretiske perspektiv om Bourdieu og sosiale skiller. Først vil jeg gjøre rede for Habermas og hans offentlighetsteori.

2.2 Habermas og offentligheten

Debatten rundt internetts utvikling og konsekvensene det har hatt for kommunikasjon mellom mennesker har i stor grad basert seg på om en kan snakke om en ny form for offentlighet, en

digital offentlig sfære. Og om hvorvidt denne digitale sfæren er demokratiserende eller ikke. I debatten tar flere teoretikere opp tråden etter Habermas. I sin doktoravhandling *Borgerlig offentlighet* fra 1962, gjør Habermas en historisk redegjørelse for offentlighetens fremtog og analyserer forholdet mellom privatsfære og offentlighet i den vestlige verden. Han definerer den borgerlige offentlige sfære på denne måten:

The bourgeois public sphere may be conceived above all as the sphere of private people come together as a public; they soon claimed the public sphere regulated from above against the public authorities themselves, to engage them in a debate over the general rules governing relations in the basically privatized but publicly relevant sphere of commodity exchange and social labor (Habermas [1962] 2002b: 27).

Hans gjennomgang av offentlighetens utvikling starter med føydaltidens offentlighet under middelalderen i Europa. Denne formen for offentlighet peker Habermas på som en form for representativ offentlighet der aristokratiet og adelen representerte symbolene for storhet og makt over resten av folket. Denne formen for offentlighet bygget ikke på interaksjon og debatt, men på en mer representativ kultur der politiske temaer ikke ble diskutert, men heller proklamert i form av propaganda (Goode 2005: 4). Fremveksten av det Habermas kaller for *Den borgerlige offentlighet* ble utløst av industrialismen og kapitalismen på 1700-tallet. Det oppstod en ny samfunnsstruktur på bakgrunn av nye handelsavtaler og et nytt kapitalistisk marked. Sammenlignet med føydaltidens offentlighet ble de tidligere maktapparatene, kirken, kongen og adelsstanden, oppløst, og avstanden mellom de ble større. Reformasjonen på 1500-tallet førte blant annet til at kirkens status ble endret, og at den forankrede autoriteten som kirken tidligere hadde, ble svekket. Religion ble i stedet gjenstand for det mer private og religionsfrihet oppstod som en slags første sfære for privat selvstendighet (Habermas [1962] 2002b: 11). Handelen og den nye kapitalistiske strukturen ble nå drevet av andre grupper av samfunnet, noe som førte til at det oppstod et nytt borgerskap. Med det tidlige kapitalistiske samfunnet vokste det også frem offentlige møtesteder der det foregikk offentlig samtale. Disse stedene var kaffehus og salonger forbeholdt det intellektuelle borgerskapet der en diskuterte politikk og litteratur (Habermas [1962] 2002a: 27). Med det nye borgerskapet oppstod det et behov for informasjon, som igjen la grunnlaget for fremveksten av pressen og den kritiske journalistikken.

In its clash with the arcane and bureaucratic practices of the absolutist stat, the emergent bourgeoisie gradually replaced a public sphere in which the ruler's power was merely represented *before* the people with a sphere in which state authority was publicly monitored through informed and critical discourse *by* the people (Habermas [1962] 2002b: xi).

Det fremvoksende borgerskapet erstattet den tidligere føydale offentligheten som ble representert av de autoritære makthaverne, med en offentlighet der den statlige myndigheten ble overvåket gjennom informerende og kritisk diskurs av folket.

Habermas redegjør videre for det han omtaler som en *reføydalisering* av offentligheten. Den borgerlige offentligheten hadde tidligere eksistert i en slags sfære mellom stat og samfunn, et felt mellom det offentlige og det private. Habermas mener at skillet mellom det private og det offentlige har blitt visket ut, og at privatsfæren har overtatt mye av det offentlige ordskifte og omvendt. Han mener det har skjedd en strukturendring og en reføydalisering, der den tidligere representative offentligheten som eksisterte under føydaltiden har kommet tilbake. Det blir gjort beslutninger i lukkede rom og ikke i offentligheten.

The consequent intertwining of state and society in the late nineteenth and the twentieth centuries meant the end of the liberal public sphere. The public sphere of social welfare-state democracies is rather a field of competition among conflicting interests, in which organizations representing diverse constituencies negotiate and compromise among themselves and with government officials, while excluding the public from their proceedings. Public opinion is, to be sure, taken into account, but not in the form of unrestricted public discussion (Ibid.: xii).

Holmes peker på at Habermas og flere politiske teoretikere fra 70-tallet, som Sennett og Goulter, har argumentert for at de tidligere tradisjonelle formene av offentligheten har blitt utfordret (Sennett 1978; Goulter 1976 i Holmes 2002). Disse teoretikerne hevdet at den tradisjonelle formen for offentlighet, basert på nedfelte og institusjonaliserte sammenstillinger i industrielle demokratier etter hvert begynte å bryte fra hverandre. «Traditional kinds of public sphere based on embodied and institutionalized assembly within industrial democracies had begun to break apart» (Ibid.). Massemedias rolle i prosessen har imidlertid i mindre grad blitt omtalt. Nye former for teknologi kan imidlertid sies å ha en stor innvirkning på offentligheten. Boktrykkerkunsten, oppfunnet av Gutenberg i 1450, kan sies å være et tidlig eksempel på et teknologisk fremskritt som hadde stor påvirkning på samfunnet og offentligheten (Thompson [1995] 2001). Nyere eksempler på dette kan sies å være fremveksten av internett.

2.2.1 Kritikk av Habermas

John B. Thompson er sosiolog og en av Habermas' kritikere. I boka *The Media and Modernity. A Social Theory of the media* (1995) gjør han en analyse av medieutviklingen og ser på konsekvensene det har fått for både samfunnet og offentligheten. På mange måter befinner han seg derfor innenfor både offentlighetsteori og medium theory (jeg kommer tilbake til medium theory i kapittel 2.4). Han ser offentligheten i lys av Habermas' teorier og kritiserer Habermas for ikke å tilegne media noen større rolle i utviklingen av offentligheten. Han mener Habermas sin form for offentlighet er en «media-blind anachronism» (Goode 2005: 90). Han påstår at Habermas har fraskrevet seg midlene til å forstå de nye formene for offentlighet som media har vært med på å skape, ved å holde fast ved det tradisjonelle bildet av offentlighet som samtidig tilstedeværelse. Med *samtidig tilstedeværende offentlighet* menes en offentlighet knyttet til det å fysisk befinne seg på en felles lokalitet. (Thompson [1995] 2001: 140). Thompson peker på at mediernes utvikling har skapt nye offentlighetsformer som er ganske forskjellig fra tilstedeværelsens offentlighet. Den grunnleggende forskjellen mener han ligger i at personers, begivenheters og handlingers offentlighet ikke lenger er knyttet til en felles lokalitet, dette på grunn av at mediene har muliggjort en utvidelse av tilgjengeligheten. Denne utviklingen har ført til at det i stedet har oppstått en «mediert offentlighet» (Ibid.: 141).

Thompson mener Habermas ser på de nye mediene gjennom de tradisjonelle modellenes kikkert, mens det i virkeligheten nettopp er den tradisjonelle modell som er blitt erstattet (Ibid.: 147). Han påstår at Habermas teori om den offentlige sfære er foreldet mye grunnet masse-medias spredning av informasjon. I Habermas sin redegjørelse for offentligheten er det lagt mindre vekt på betydningen av massemedias rolle for utviklingen av offentligheten som vi kjenner den i dag. Habermas tilskriver boktrykkerkunsten i større grad en vesentlig rolle i forbindelse med fremkomsten av den borgerlige offentlighet. Dette dels på grunn av det trykte ords rolle i å stimulere debatten mellom privatpersoner (Ibid.: 146). Habermas så på den måten ikke på pressens og de trykte mediers avgjørende rolle for dannelsen av den borgerlige offentlighet, men i større grad i forhold til den dialog de inspirerte til (Ibid.: 147). Sett i lys av fenomenet Facebook som en ny digital offentlighet, kan en påstå at Habermas sin teori om den offentlige sfære har blitt utfordret og at Thompsons teori om den medierte offentlighet er noe mer treffende.

2.3 Mark Poster og det nye mediesamfunnet

En av flere teoretikere som har diskutert internettets funksjon som en ny form for offentlig sfære er Mark Poster. Han befinner seg innenfor den teoretiske retningen *medium theory*, som jeg vil utdype nærmere senere i kapitlet. Han tar opp tråden etter Habermas, men er skeptisk til å gi internett rollen som en ny form for offentlig sfære, og argumentene sine begrunner han i funksjonene til de gamle historiske arenaene for politisk samtale og diskusjon. Han mener at tidligere arenaer for offentlig debatt og politisk diskusjon, som den greske agoraen, den lokale kirken, kaféen, bytorget og gatehjørnet, har blitt svekket og blitt erstattet med tv og andre former for medier. Der disse arenaene tidligere var preget av diskusjon, politisk meningsutveksling og konsensus, argumenterer Poster for at nye medier har overtatt denne rollen (Poster 1995). Han gjør et forsøk på å se de nye mediene i sammenheng med Habermas sin teori om den offentlige sfære. De nye formene for media mener han har vært med på å isolere borgere fra hverandre i stedet for å samle de. Poster påstår at internett har mye av skylden for dette. Han mener internett, og virtuelle samfunn som tilhører nettet, ikke kan bli sett på som en ny form for offentlig sfære som de tidligere arenaene. Han peker på at den tidligere ansikt-til-ansikt interaksjonen ikke kan bli erstattet av «ukroppslige» utvekslinger av for eksempel videoer (Ibid.). Poster mener at de forholdene som fremmer kompromiss, som kjennetegnes ved demokratiske politiske prosesser, mangler på nettet. Han argumenterer for at identiteter er mer mobile på nettet og at det heller oppmuntres til uenighet (Ibid.). På den måten mener han at nettet på sett og vis er et sosialt rom som er forskjellig fra det offentlige rom. Poster mener likevel at internett markerer et brudd med tradisjoner, og at det ikke nødvendigvis hindrer det fra å være uforenelig med politiske tankegang (Ibid.). Sånn sett har Poster, mer enn andre, en noe mer positiv tilnærming til dette.

Todd Gitlin er en annen teoretiker og sosiolog som har viet oppmerksomhet til den offentlige sfære og de elektroniske mediene¹. Han har fremmet ideen om såkalte *public sphericules* som kan sies å være segmenterte sfærer, og ikke en enkelt offentlig sfære. De segmenterte sfærene har sine egne dynamikker og egne former for grunnlover. Han påpeker at «a single public sphere is unnecessary as long as segments constitute their own deliberative assemblies» (Gitlin 1998 i Holmes 2002). Han antyder at den segmenterte sammenstillingen bestående av *computer-mediated communities* (CMC) henger løst sammen, men mest på grunn av

¹ Som Gitlin, har andre teoretikere fremmet alternative modeller til den offentlige sfære. Negt og Kluge fremmer for eksempel en idé om en opposisjonell arbeiderklasse-offentlighet, som en kontrast til Habermas' enhetlige offentlighet (Negt og Kluge 1993 i Holmes 2002).

forskjellen mellom dem. Han mener at utbredelsen og spredningen av interaktiv teknologi beriker mulighetene for et flertall av offentligheter, og ikke bare en offentlighet. Han er imidlertid skeptisk til om flere segmenterte sfærer bidrar til et mer demokratiserende samfunn.

What is not clear is that the proliferation and lubrication of publics contributes to the creation of a public – an active democratic encounter of citizens who reach across their social and ideological differences to establish a common agenda of concern and to debate rival approaches (Ibid.).

I forhold til et demokratisk perspektiv antyder han at den elektroniske offentligheten, det Thompson omtaler som mediert offentlighet, legger til rette for en deliberativ modell av demokratisk engasjement (Holmes 2002). Gitlins synspunkt henger sammen med Becker og Wehner sin påstand om at interaktive medier støtter dannelsen av del-offenligheter. De hevder at «interactive media enable alternative kinds of public opinion, but this 'alternativeness' does not come out of ideological reaction to dominant values in the media, but from the structure of interactive mediums themselves» (Becker og Wehner 1998 i Holmes 2002). Selv om disse debattene først og fremst handler om internett sitt demokratiske potensiale, og ikke sosiale medier, berører også diskusjonen Facebook fordi den kan sies å være en del av den elektroniske offentligheten, der det foregår meningsutveksling og der man har mulighet til å fremme sine ytringer.

Jeg vil i det videre gjøre rede for medium theory, en teoretisk tilnærming som er relevant i forhold til nye digitale medier, kommunikasjon og de nye vilkårene som oppstår i den forbindelse.

2.4 Medium theory

En teoretisk tilnærming innenfor mediefeltet er *medium theory*. Medium theory er opptatt av de fastsatte funksjonene til kommunikasjonskanaler og har en psykologisk og sosiologisk tilnærming til hvordan funksjonene skiller seg fra andre medier (Ellis 2009). Det legges i hovedsak ikke vekt på *medieinnholdet*, men på mediens strukturer og hvordan de er med på å forandre hvordan man tenker, og i forhold til sosial organisering (Ibid.). Sentrale temaer innenfor medium theory er knyttet til kompleksiteten som ligger i kommunikasjonsmedier. Det være seg hvilke sanser som aktiveres i forbindelse med mediet, hvordan meldinger er bygget opp, hastighet og retning på mediet, og hvordan alle disse aspektene påvirker oss sosialt sett og psykologisk (Ibid.). Jeg vil videre presentere noen sentrale teoretikere innenfor

medium theory, da denne tradisjonen representerer et sentralt perspektiv i forhold til nye kommunikasjonsmedier. Tradisjonen kan også sies å ha relevans i forbindelse med internett, digitale medier og vilkårene for nye kommunikasjonsformer. Jeg har valgt å fokusere på Joshua Meyrowitz da jeg mener han er mest sentral i forhold til medias endringsmekanismer og nye rollemønstre som oppstår i forbindelse med dette, som igjen er relevant i forbindelse med mitt prosjekt om Facebook. Jeg vil først starte med å presentere Joshua Meyrowitz.

Meyrowitz ser på utviklingen fra den skriftlige formen for kommunikasjon, hulemalerier og beveger seg over til trykkpressens inntog i samfunnet, fram mot det moderne mediasamfunnet vi kjenner til i dag med elektroniske medier. Den muntlige kommunikasjonsformen er i stor grad overført til mer skriftlige, digitale former. Meyrowitz redegjør for hvordan elektroniske medier har bidratt til å bryte ned grensene for kommunikasjonen som tidligere var definert ut av sted og plassering. Han undersøker også hvordan endringer i mediestrukturen påvirker rollemønstre og oppførsel på elektroniske medier (Meyrowitz 1985). Dette er noe jeg kommer tilbake til litt senere i kapitlet.

Meyrowitz er opptatt av å forstå hvordan den endrede mediesituasjonen preger kommunikasjonsprosessene. I sin historiske gjennomgang av utviklingen av mediasamfunnet diskuterer han hvordan ulike samfunn blir påvirket av medieutviklingen på et bestemt tidspunkt. Han mener dette henger mye sammen med samfunnssituasjonen på det aktuelle tidspunktet. Ikke bare blir samfunnene påvirket med tanke på informasjon og kommunikasjon, men alle kan ikke tilegne seg kunnskap basert på de verktøyene som ligger til grunn. Enkelte forutsetninger må være til stede, det være seg for eksempel å lese eller skrive (Ibid.).

Meyrowitz peker på to sosiale nivå i forhold til forståelsen av ulike medier. *Mikronivå* og *makronivå* (Meyrowitz 1994: 51). Mikronivået tar for seg det individuelle situasjonsnivået, der spørsmålene gjerne er knyttet til hvordan valget av et medium fremfor et annet påvirker en spesiell situasjon eller interaksjon. Som eksempler nevner han det å ringe noen sammenlignet med det å skrive et brev. På makronivået, som er det kulturelle nivået, stilles det spørsmål til hvordan sosiale interaksjoner og sosiale strukturer påvirkes i forbindelse med innføringen av et nytt medium der det allerede eksisterer et sett av etablerte medier (Ibid.). Et eksempel på dette er etableringen av internett, og hvordan det har påvirket kommunikasjonsprosessene. Den mer kontroversielle delen av medium theory tar for seg forskningsspørsmål på

makronivået (Ibid.). Aspekter på makronivå kan relateres til mitt prosjekt ved at Facebook har muliggjort nye former for sosiale interaksjoner mellom mennesker. De sosiale strukturene har blitt utfordret på flere plan. Et eksempel på det er den klassiske kommunikasjonsmodellen, sender, budskap, mottaker. De nye sosiale nettverksstedene har på sett og vis endret og oppløst modellen med tanke på at den tidligere mottakeren, nå kan fungere som sender. Dette ser en ikke kun på Facebook, men sosiale nettverkssteder som Twitter, YouTube og blogger er alle nettverk der brukere kan innta både en sender-rolle og en mottaker-rolle, og der budskapet kan gå både tilbake til avsender og til nye mottakere.

I sin historiske gjennomgang skiller Meyrowitz mellom de skriftlige, *printed media*, og de nye elektroniske mediene. Selv om hans definisjon av de nye elektroniske mediene er eksempelvis radio og tv, er mange av aspektene han peker på også gjeldende for nye teknologiske medier som for eksempel internett. Et av aspektene som er interessant i den forbindelse er hans syn på medias endringsmekanismer og rollemønstre.

2.4.1 Medias endringsmekanismer og rollemønstre

Et annet aspekt Meyrowitz peker på er hvordan medieutviklingen skaper endringsmekanismer. Den tidlige endringen fra trykte medier til digitale medier skapte grunnlaget for utviklingen slik vi kjenner den i dag. Elektroniske medier har endret betydningen av rom, tid og fysiske barrierer som kommunikasjonsvariabler (Meyrowitz 1985: 13). Han mener at i den grad media endrer seg, oppstår det også endringer på det menneskelige plan, i sosiale samhandlinger, i oppførselen vår osv. Når det gjelder væremåte for eksempel, kan en viss sosial situasjon antyde hvilke sosiale roller en kan ta på seg og hva som anses å være rett og gal oppførsel.

Meyrowitz starter i boken *No Sense of Place* med å fortelle om den gangen han var på en tre måneders reise i Europa. Da han kom hjem fra turen hadde han mange opplevelser han ville dele med venner, familie og bekjente. Han fortalte imidlertid ulike historier til dem. Til foreldrene sine fortalte han om hotellene han bodde på og om hvor rent og trygt det var. Vennene fikk høre historier om spenning, farer og romantiske opplevelser. Mens professorene fikk høre om de pedagogiske aspektene av turen som museumsbesøk, katedraler og historiske områder. Han fortalte alle om den samme turen, men på ulike måter ettersom hvem som var hans publikum. Videre ser Meyrowitz for seg hva som kunne skjedd dersom foreldrene hadde

arrangert et surprise-party for han, der alle venner, familie og professorer ble invitert. Historiene ville nok blitt nokså annerledes fra om han hadde fortalt de til hver gruppe for seg. Meyrowitz konkluderer forøvrig med: «the point is that when distinct social situations are combined, once appropriate behavior may become inappropriate» (Meyrowitz 1985: 4). Meyrowitz sin historie er et eksempel som også gjør seg gjeldende i ulike situasjoner i dag, der for eksempel sosiale medier er arenaer der rollemønstrene er i bevegelse. På Facebook for eksempel, er det visse uskrevne regler for hvordan man skal opptre og oppføre seg, hva en ikke skal legge ut av bilder og hva en kan skrive i statusoppdateringer.

Meyrowitz sitt eksempel på hvordan et ulikt publikum spiller inn på en sosial situasjon kan også relateres til det Lloyd F. Bitzer omtaler som *den retoriske situasjon*².

Meyrowitz tar opp tråden fra sosiologen Erving Goffman. I boken *The presentation of self in everyday life* beskriver Goffman våre sosiale liv som et teaterstykke på en scene, der vi spiller ulike roller i forskjellige situasjoner. Han mener man opptrer på ulike måter i ulike sammenhenger, foran og bak «scenen». Han kaller dette henholdsvis *frontstage* og *backstage* (Goffman 1959). Frontstage henviser til den oppførselen man har på scenen, foran et publikum. Det er ikke her nødvendigvis snakk om en scene, men om sammenhenger der en «opptrer» foran et publikum, og man er klar over at man blir sett. Det være seg i jobbsammenheng, i skolesammenheng etc. Denne rollen kjennetegnes ved å være dannet og sosial. Backstage henviser til den oppførselen man har bak scenen, med et mindre og avgrenset publikum, der en opptrer mer avslappet (Ibid.). Disse begrepene kan på mange måter bidra til en større forståelse av de handlingene vi foretar oss på sosiale medier.

På bakgrunn av Goffman har ikke sosiale medier et tydelig «bakrom» eller «framrom», men

² «The rhetorical situation may be defined as a complex of persons, events, objects, and relations presenting an actual or potential exigence which can be completely or partially removed if discourse, introduced into the situation, can so constrain human decision or action as to bring about the significant modification of the exigence» (Bitzer 1968: 6).

Bitzer hevder at retorikk alltid henger sammen med en situasjon og at visse situasjoner har mangler eller utfordringer. De inviterer derfor til behandling eller forandring. Disse situasjonene krever at noen forsøker å endre situasjonen til det bedre. Om denne endringen kan oppstå helt eller delvis ved å bruke tale eller skrift, det vil si kommunikasjon, er det snakk om en retorisk situasjon (Kjeldsen 2006: 80)

Hvordan en opptrer foran et publikum avhenger altså av hvordan man oppfatter situasjonen. Og som Bitzer hevder er det situasjonen som fører til ytringen. Hvordan en velger å kommunisere henger derfor nært sammen med den situasjonen som finner sted.

blander disse situasjonene. Enkelte av de handlingene man foretar seg, og de situasjonene som oppstår på Facebook, kan kjennetegnes ved at de skjer backstage. Dette forutsetter imidlertid at de vennene en har på Facebook er mennesker som er relativt nære venner og som en er avslappet sammen med. Man presenterer seg selv og kommuniserer gjennom et tenkt publikum av Facebook-venner. Man befinner seg i en slags privat sfære. Samtidig kan en tenke seg at sosiale medier tillater oss å opptre også på *scenen* i det at en eksponerer seg selv foran et publikum, foran alle vennene og bekjentskapene en har på Facebook. I denne situasjonen er man klar over at alle vennene kan se det en publiserer og en oppfører seg deretter. Opptredener kan i denne sammenheng sees på som alt en publiserer av bilder, videoer og statusoppdateringer. En kan for eksempel poste en statusoppdatering tiltenkt en liten gruppe av Facebook-venner, backstage, og fremvise en mer personlig side av seg selv. På den andre siden kan en legge ut et bilde som er tiltenkt alle Facebook-venner, både venner og bekjentskaper, som har et mer frontstage-preg. I forbindelse med Facebook er det nettopp skillet mellom «opptredenene» for det imaginære, tiltenkte publikummet - de nære vennene, og det faktiske publikummet – hele vennelisten på Facebook, som gjør at en kanskje kan oppfatte rollemønstrene og situasjonene på Facebook i grenseland mellom Goffmans backstage og frontstage. Publikummet, eller Facebook-vennene, får på den måten et innblikk på begge «scener».

Denne rollesituasjonen kan relateres til det Meyrowitz kaller *middle region behavior* (Meyrowitz 1985: 47). Med utgangspunkt i backstage og frontstage, oppstår det en ny type oppførsel som visker ut de tidligere skillene, og som lar «publikum» få et sideblikk på begge arenaer. Dette skjer i følge Meyrowitz med innføringen av tv- og radiomediene.

Middle region behavior develops when audience members gain a «sidestage» view. That is, they see parts of the traditional backstage area along with parts of the traditional onstage area; they see the performer move from backstage to onstage to backstage (Meyrowitz 1985: 47).

I forbindelse med *middle region behavior* opererer Meyrowitz med begrepene *deep back region behavior* og *forefront region behavior*. Dette er ytterpunktene av de tidligere backstage og frontstage. Siden publikum nå har fått et sideblikk på begge arenaer mangler disse ytterpunktene, men oppstår når aktørene oppnår økt isolasjon fra sitt publikum (Ibid.). En kan tenke seg at en opptrer i en *deep back region* når en eksempelvis snakker i avgrensede grupper på Facebook, der en nettopp har isolert seg ytterligere fra sitt publikum. *Forefront-region* vil på samme måte oppstå i en situasjon der en i enda større grad bestemmer sin fremtreden

frontstage, som er tett knyttet til selvpresentasjon. Eksempelvis kan en på Facebook i enda større grad velge å ikke publisere visse bilder av en selv, fordi en ikke føler at man ser bra nok ut på bildet.

Meyrowitz hevder videre at den elektroniske kombinasjonen av mange forskjellige interaksjonsformer fører til også nye *middle region behaviours*, som inneholder elementer av tidligere ulike roller og som fører til nye mønstre i oppførsel og nye forventninger og følelser. «The electronic combination of many different styles of interaction from distinct regions leads to new «middle region» behaviors that, while containing elements of formerly distinct roles, are themselves new behavior patterns with new expectations and emotions» (Ibid.: 311).

På bakgrunn av Meyrowitz og Goffmans nevnte teorier er det mulig å tenke seg at slike tilgjorte rollemønstre kan overføres til dagens mediesituasjon og bruken av Facebook, selv om diskusjonen rundt dette er kompleks (Hogan 2010). I forhold til middle region behavior er det mange aspekter som kan knyttes til bruk av Facebook. For det første representerer kommunikasjonen på Facebook på mange måter en slags middle region behavior der publikum, eller vennene man har på Facebook, får et sideblikk inn i situasjoner som blir dokumentert både frontstage og backstage. En kan for eksempel skrive en statusoppdatering på Facebook eller poste et bilde, tiltenkt et spesielt publikum, men som likevel blir postet til alle vennene en har³. Publikummet, i dette tilfellet Facebook-vennene, får på den måten et sideblikk på begge arenaer, backstage og frontstage. For det andre er Facebook en sosial arena der rollemønstre til en viss grad både kan flyte over i hverandre og der en kan ta på seg ulike roller. Begrepene frontstage og backstage kan sies å være sentrale i forbindelse med Facebook, samtidig som Facebook har trekk som går utover Goffman og Meyrowitz sine beskrivelser. Dette vil jeg komme inn på i oppgavens analysedel, der jeg beskriver Facebooks sosiale karakter nærmere.

På bakgrunn av den foregående diskusjonen om digitale medier i et offentlighetsperspektiv vil jeg i oppgavens neste del ta for meg begrepet *digital divide*. Sett i lys av aspekter som offentlighet og demokratisering, er diskusjonen rundt digital divides sentral da disse aspektene forutsetter at alle har tilgang til og kan bruke den nye teknologien.

³ Det er imidlertid mulig å spesifisere hvilke venner/mottakere som ser det en poster på Facebook.

2.5 Digitale skiller

I forbindelse med den teknologiske utviklingen, oppstår det lett forskjeller når det kommer til hvem som har mulighet og evne til å holde tritt med og følge med i denne utviklingen. Det er gjerne snakk om såkalte *digital divides*. Jeg vil i denne delen av oppgaven gjøre rede for hva begrepet betyr og presentere noen teoretikere som er sentrale i debatten om digital divides. Tematikken rundt digital divides er sentral i forbindelse med mitt prosjekt da det på mange måter er et bindeledd mellom de digitale og de sosiale forskjellene som oppstår i forbindelse med den digitale utviklingen.

Begrepet digital divide oppstod på 90-tallet, og er på generell basis et begrep som henspiller på tilgangen og bruken av digitale teknologier og de forskjellene som oppstår i forbindelse med en ujevn tilgang til teknologi og digitale medier (Tsatsou 2011: 318). En definisjon av begrepet er «unequal access to technologies or digital exclusion at an international as well as at a local level» (Commaerts and Van Audenhove 2003: 7 i Tsatsou 2011). En annen definisjon av begrepet er “the uneven spread of the new media” (Mansell 2002: 407 i Tsatsou 2011). Det er her snakk om en ujevn tilgang og ujevn spredning av nye medier. Jeg vil i hovedsak benytte meg av begrepet *digitale skiller* i denne oppgaven.

Det har blitt gjort mye forskning rundt digital divide-problematikken, og mange tanker om hvorfor det er et viktig felt. Van Dijk mener at digitale skiller kan føre til økt sosial ulikhet på grunn av de digitale kløftene, mens Mansell mener at sosial ulikhet kan minke grunnet det potensiale som ligger i nye medier (Van Dijk 1999 og Mansell 2002 i Tsatsou 2011: 319). Panayiota Tsatsou har samlet mye av forskningen som er blitt gjort på området i artikkelen «*Digital divides revisited: what is new about divides and their research?*». Hun peker på at mye av forskningen på digitale skiller har hatt en tendens til å fokusere på de sosio-økonomiske, teknologiske og de demografiske forskjellene som bakgrunn for begrenset tilgang til digitale teknologier, og ikke de sosio-kulturelle faktorene (Tsatsou 2011: 318).

Andre sentrale teoretikere i debatten rundt digitale skiller er Pippa Norris og Nick Couldry. Pippa Norris går i boken *Digital Divide* globalt til verks og presenterer en undersøkelse om digitale skiller og internett blant 179 nasjoner. Norris definerer digitale skiller som et multidimensjonelt fenomen som omhandler tre aspekter; det *globale* skillet som refererer til forskjellen i internett-tilgang mellom i-land og u-land. Det *sosiale* skillet refererer til

avstanden mellom de som er informasjonsrike og informasjonsfattige i hver nasjon. Det siste aspektet omhandler det demokratiske skillet, innenfor internettbaserte samfunn, som betegner forskjellen mellom de som bruker og ikke bruker den fulle kapasiteten av digitale muligheter til å engasjere, mobilisere og delta i det offentlige liv (Norris 2001: 4). Teoretikere og forskere innen såkalt *diffusion theory* mener at tilgang til pc og internettverktøy er et fundamentalt kriterium for å overkomme digitale skiller. Norris er en av flere teoretikere som har beveget seg noe bort fra denne tilnærmingen og mener at tilgang til digitale kommunikasjonsmedier og internettverktøy ikke eliminerer skiller og utelukkelse fra digitale muligheter. Hennes tilnærming er mer kompleks og forkaster motsetningene mellom de som har tilgang og ikke, og ser i stedet på kvaliteten og effektiviteten i bruken av ny teknologi (Norris 2001 i Tsatsou 2011). I forbindelse med *det sosiale skillet* konkluderer hun med at «the heart of the problem of the social divide in Internet access lies in broader patterns of socioeconomic stratification that influence the distribution of household consumer durables and participation in other common forms of information and communication technologies, as well as in the digital world» (Norris 2001: 234).

Innenfor forskningsfeltet om digitale skiller er det gjerne snakk om to ulike tilnærminger som dekker tematikken. En kan snakke om digital *ekskludering* og digital *inkludering* (Tsatsou 2011). Digital ekskludering er begrepet som har blitt mye brukt innenfor diffusion theory og tidligere forskning, mens nyere teoretikere i større grad har tatt i bruk begrepet digital inkludering. En risikerer for eksempel å bli *ekskludert* fra arenaer der viktig informasjon spres, dersom en ikke behersker eller har tilgang til nye digitale medier. Mens en på den andre siden oppnår *inkludering* dersom en har tilgang til og behersker ny teknologi. Tsatsou påpeker at det har skjedd en endring i at man i større grad har begynt å ta i bruk begrepet om inkludering som et konsept til å belyse variasjoner og forskjeller i internettbruk først og fremst. Nyere teoretikere som Nick Couldry og andre ser på problematikken rundt digitale skiller fra et selvstendighetsperspektiv og mener at digital inkludering er en forutsetning for selvstendighet og demokrati mellom borgere (Couldry 2007 i Tsatsou 2011: 325).

Jeg vil i det videre se på hvilke digitale skiller som eksisterer i dag og gjøre rede for noe av statistikken som finnes på området.

2.5.1 Digitale skiller i bruk av sosiale medier

Norge er et land med få markante digitale skiller, i alle fall sett ut i fra tilgang til den grunnleggende teknologiske infrastrukturen. Eksempelvis har 93 % av alle husholdninger i Norge tilgang til internett hjemme. Statistikken viser at nesten alle husholdninger med barn og husholdninger med en inntekt over 600 000, har tilgang til hjemme-pc, internett og bredbånd. Når det kommer til husholdninger uten barn er imidlertid hver tiende uten nettilgang (SSB 2012).

95 % av befolkningen i Norge har brukt PC i løpet av 2. kvartal av 2012. De under 65 år er nokså stabile, mens andelen over 65 år har økt noe (Ibid.). Dette kan være indikasjoner på at en del av digitale skiller er i ferd med å jevne seg ut, og at både tilgang til og bruk av ny teknologi som internett synes å være god.

I forhold til bruk av sosiale medier viser statistikk fra SSB at antallet brukere av sosiale nettsteder øker. Andelen av befolkningen som bruker sosiale medier har økt til 63 % i 2. kvartal fra 2012, mot 59 % i tilsvarende periode i fjor. Her er det imidlertid tydeligere digitale skiller å spore i form av aldersspredning der de eldre aldersgruppene bruker slike tjenester klart mindre enn yngre grupper, samtidig som de har en størst økning. I forhold til bruk av Facebook i Norge, viser tall fra MMI Ipsos at over 2,7 millioner har en brukerprofil og at Facebook er det mest brukte sosiale mediet. 71 % av alle over 18 år har en profil på nettsamfunnet. Deres statistikk viser ingen vesentlig forskjell mellom kvinner og menn når det gjelder hvor mange som har profil, men det synes å være flere kvinner enn menn som bruker Facebook på daglig basis. 49 % av befolkningen bruker Facebook daglig. MMI's undersøkelse antyder også noen hovedgrunner til å bruke Facebook. Det fremkommer at 80 % bruker Facebook til å følge med på venner og bekjente, noe som også kan sies å gjøre seg gjeldende i min undersøkelse. 50 % «liker» statuser, kommentarer, bilder, artikler og lignende og 40 % bruker det til å chatte, sende private meldinger og mail (MMI Ipsos 2012).

I forhold til bruk av sosiale medier finnes det noe færre akademiske studier. Mange av studiene går på hvordan vi bruker sosiale medier (Brandtzæg 2012) og hvordan mediebruken generelt er blant barn og unge (Hagen & Wold 2009; Tønnessen 2007; Larsen 2009). De aller fleste studier er kvalitative (Hagen & Wold 2009; Lüders 2009) og sosiale forskjeller utover kjønn og alder diskuteres sjelden (for et unntak se Gripsrud 2010). Forskningen synes slik å

være noe begrenset når det kommer til studier av sosiale forskjeller i bruken av sosiale medier.

Sammenlignet med andre land viser statistikk at Norge er et land der en veldig stor andel av befolkningen er på internett (Internet World Stats 2012). Statistikk viser at svært mange nordmenn har tilgang til internett i forhold til folketallet. Det fremkommer av statistikken at det er forskjeller å spore mellom de europeiske landene, i forhold til andel av befolkningen som har tilgang til internett. Det indikerer at det eksisterer digitale skiller innad i Europa, selv om Europa som kontinent utgjør hele 21,6 % av alle internettbrukere globalt sett (Ibid).

Den nevnte statistikken er en indikasjon på at Norge er et land med mindre tydelige digitale skiller. Tallene viser at tilgangen til digital teknologi er god, og bruken av den synes å øke. Det denne statistikken imidlertid ikke viser er sosiale faktorer knyttet til de digitale skillene. I Gripsrud, Hovden og Moe sin undersøkelse av Bergensstudenter tok de utgangspunkt i studentenes sosiale bakgrunn og så på ulikheter i kulturelle praksiser. Deres undersøkelse viser en ujevn fordeling av digitale preferanser og internettpraksiser blant studentene: «digital media contributes to the system of differences, adds to and thus strenghtens the patterns» (Gripsrud 2010: 13). Funnene fra undersøkelsen viser at studenter fra familier der far har stor kulturell kapital bruker mer tid på å lese nettaviser sammenlignet med studentene fra familier der far har stor økonomisk kapital. Undersøkelsen viser imidlertid at begge gruppene bruker mer tid på nettaviser enn studenter med mindre arvet økonomisk og kulturell kapital. Det samme forholdet synes også å gjelde for bruken av nett-radio og nett-tv (Ibid.). Undersøkelsen viser også en ujevn fordeling i forhold til aktivitet på digitale medier, der studentene med betydelig mindre samlet kapital også synes å være mindre aktive. I de nederste sjiktene sender de for eksempel færre tekstmeldinger og er ikke på MySpace eller Facebook. Studentene med mer kulturell kapital bruker for eksempel mer tid på mail, opplasting av videoer og bilder til henholdsvis YouTube og Flickr osv, mens studentene med mer økonomisk kapital foretrekker blogger og nettforum i større grad (Ibid.: 14). Som denne undersøkelsen viser er det tydelig at sosial ulikhet også kan reflekteres i digitale praksiser. Som Gripsrud et al. konkluderer med; «these results indicate that any expectation that the digital media and especially the internet would introduce a new dynamism in the social structure or even a classless community online was mistaken. So far, it seems social inequalities are not only reproduced but reinforced» (Ibid.: 15). Om undersøkelsen bare overfladisk berører Facebook i form av digital tilgang og tidsbruk, antyder dette at det kan være verdt å undersøke om lignende skiller er mulig å finne i

den mer nyanserte bruken av Facebook.

2.5.2 Digitale skiller og sosiologiske faktorer

I sin redegjørelse av forskningen på digitale skiller hevder Tsatsou at foregående studier har hatt en tendens til å neglisjere interaksjonene mellom politikk, reguleringer og et samfunns kultur, i forsøk på å finne faktorer som årsak til digitale skiller (Tsatsou 2011: 326). Som tidligere nevnt mener hun at økonomiske, demografiske og teknologiske faktorer har fått større fokus i forbindelse med å forklare digitale skiller, og ikke de rent sosio-kulturelle aspektene. Hun ønsker å belyse et bredere og mer nyansert spekter av tilnærminger for å forstå digitale skiller, og peker på at sosio-kulturelle parametere har blitt undervurdert og blitt rettet lite oppmerksomhet mot (Ibid.: 323). Hennes tilnærming til debatten rundt digitale skiller er i så måte rettet mot mer sosiologiske faktorer som medvirkende årsaker. Dette kan på samme måte vise til et behov for å undersøke hvordan slike sosiologiske faktorer også kan spille inn i andre sammenhenger, som for eksempel sosiale medier. Dette er aspekter som Goffman og Meyrowitz i liten grad drøfter. Av den grunn vil jeg derfor til slutt dra kort inn Pierre Bourdieu sine teorier som baserer seg på at sosial bakgrunn, sosiale rammer og habitus er med på å påvirke våre handlingsmønstre. Jeg vil med hans teorier forsøke å dra paralleller til Facebook-bruk, og hvordan sosial ulikhet på samme måte kan oppstå på en slik arena. Dette er temaet for teorikapittelets neste del, som også er mitt overordnede perspektiv.

2.6 Pierre Bourdieu og distinksjoner

I et av hans mest kjente verk, *Distinksjonen* ([1979] 2004), beskriver Bourdieu menneskets ubevisste og bevisste smak, samt estetiske og kulturelle preferanser, i lys av en mer sosiologisk tilnærming. Boka er basert på en empirisk undersøkelse av livsstiler i det franske samfunnet, der de ulike samfunnsklassenes smak analyseres. Bourdieus grunnleggende tanke er at smak ikke er noe nøytralt uten en innsats i det sosiale spillet, der ulike sosiale klasser gjennom sin smak strider om sosiale posisjoner (Börjesson 1996: 21). Bourdieu mener at vi alle tar mer eller mindre bevisste og ubevisste valg på bakgrunn av hva slags kulturell og økonomisk bakgrunn vi kommer fra. Våre kulturelle preferanser og estetiske smak er ikke noe vi velger ubevisst, disse valgene kan i stedet forklares i klassespesifikk sosialisering og plassering i det sosiale feltet. Bourdieu identifiserer tydelige klasseskiller i Frankrike. (Bourdieu 1995). Begrepet *distinksjon* har for øvrig en dobbeltbetydning på fransk. Det kan

for det første henviser til det å lage eller se forskjeller, og for det andre kan det bety det å skille seg fra andre på en bestemt måte, som en på norsk kaller for «distingverthet» (Østerberg i Bourdieu 1995: 11).

Jeg vil videre forklare og benytte meg av hans begreper om det sosiale rom, sosiale felt, habitus, kulturell og økonomisk kapital og hans modell for menneskelig handling. Dette er begreper som kan sies å være relevante i forsøket på å forstå sosiale forskjeller i bruk av Facebook.

2.6.1 Det sosiale rom

Pierre Bourdieu introduserer og beskriver modellen over det franske sosiale rom i sin bok *Distinksjonen* ([1979] 2004), og kan forstås som en grunnmodell av moderne samfunn. Det sosiale rom kan anses som et felt av sosiale krefter (Bourdieu 1979/84 i Wilken 2008), der forskjellige klasser ikke bare kjemper om status, men også om posisjon og dermed makt og innflytelse. Bourdieu utleder gjennom sine studier en forståelse av samfunnet som et komplekst og flerdimensjonalt sosialt rom, utgjort av tre dimensjoner; kapitalvolum, sammensetning av kapital og endring av disse to egenskapene over tid (Bourdieu [1979] 2004:114).

Kartet i *Distinksjonen* omtaler Bourdieu for «social space» eller «the space of social positions». Jeg vil videre bruke begrepet *sosialt rom*. Kartet representerer, basert på empiri, et system av objektive posisjoner mellom forskjellige mulige kombinasjoner av relevante maktforhold basert på aktørenes ressurser, det vil si opparbeidet kapital (Wilken 2008: 54; Bourdieu [1979] 2004: 128-129). Kartet består av to hoveddimensjoner; kapitalvolumet og fordelingen av kapital, økonomisk kontra kulturell kapital (Swartz 1997: 138). «The field of power» eller maktfeltet befinner seg i feltets øvre del, som er den delen av det sosiale rommet med den største mengden av kapital (Ibid.).

Modellen gjør det videre mulig, i følge Bourdieu, å antyde en grovinndeling i klasser, basert på den totale mengde kapital på den loddrette akse: *de dominerende klassene* (både kulturelle og økonomiske elitene, plassert øverst i modellen), *de dominerte klassene* (plassert nederst i modellen) og *middelklassene* (plasseres mellom de to polene). Bourdieu opererer imidlertid også med begrepene «bourgeoisie» og «petite bourgeoisie» for henholdsvis den

dominante klasse og middelklassen (Ibid:158). Klassene identifiseres gjennom den samlede opparbeidede kapital, det vil si mengden av ressurser og mengde av økonomisk og kulturell kapital. Samtidig skiller Bourdieu mellom to ulike faktorer, i analysen av klasser, som spiller en rolle i klassifikasjonskampene; de primære faktorene, er som tidligere nevnt relatert til fordelingen av kulturell og økonomisk kapital. De sekundære faktorene er relatert til kjønn, alder, etnisitet etc. (Bourdieu 1979/84 i Wilken 2008: 63).

[...] a class or a class fraction is defined not only by its position in the relations of production, as identified through indices such as occupation, income or even educational level, but also by certain sex-ratio, a certain distribution in geographical space [...] and by a whole set of subsidiary characteristics which may function [...] as real principles of selection or exclusion without ever being formally stated (this is the case with ethnic origin and sex) (Bourdieu [1979] 2004: 102).

Opparbeidet kapital betyr alltid noe for aktørenes adgang til status og makt, mens kjønn, alder og etnisitet betyr mer for de lavere klassers adgang til status og makt enn for de høyere klasser (Wilken 2008: 63). For å kunne benytte seg av kartet over det sosiale rom og for å kunne operasjonalisere den, er det nødvendig å definere og kvalifisere kapitalbegrepet, og deretter identifisere den relevante kapital som er på spill i systemet (Ibid: 55). Jeg vil videre gjøre rede for Bourdieu sitt kapitalbegrep og de ulike former for kapital.

2.6.2 Kapitalbegrepet

Bourdieu forklarer *kapital* som «[...]the set of actually usable resources and powers [...]» (Bourdieu [1979] 2004: 114). Det vil si samlingen av omsettelige ressurser og makt. Bourdieu hentet kapitalbegrepet fra Karl Marx og hans teori om at adgang til makt bestemmes av adgangen til materiell kapital. Ved å kombinere Marx' klasseforståelse med Max Webers distinksjon mellom klasse, status og parti, påstod han at det finnes flere ulike former for makt i et samfunn, og at de er knyttet til ulike kapitalformer (Wilken 2008: 39). I Distinksjonen opererer Bourdieu med to hovedformer for kapital; *økonomisk* og *kulturell kapital*, men han bruker også en tredje form; *sosial kapital* (Bourdieu [1979] 2004: 114). Kunnskap, kultur og utdanning er alle eksempler på kulturell kapital. Den økonomiske kapital baserer seg på materielle økonomiske goder en person innehar som rikdom, inntekt og eiendom (Swartz 1997: 136-137). Begrepet om *sosial kapital* refererer til evnen til å utnytte de andre kapitalformene og til å omgjøre kapital til andre former for verdi, til for eksempel moral (Wacquant 1998 i Wilken 2008: 39). Forskningen om utdanningsforhold har spilt en helt sentral rolle for Bourdieus begrepsutvikling, og det var i forsøket på å forklare forholdet

mellom klasses tilhørighet og barnas skoleprestasjoner at han utviklet begrepet kulturell kapital (Bourdieu 1983/86 i Wilken 2008: 71).

De ulike former for kapital er på hver sin måte gjenstand for sosiale kamper i ulike sosiale felt, og en kan tenke seg at disse sosiale kampene også kan gjenfinnes på sosiale nettverk som Facebook, i form av smakskamper, der det en legger ut av for eksempel bilder, statusoppdateringer, likes og kommentarer er en del av disse smakskampene. Hvordan dette kommer til uttrykk, skal vi se på i analysen.

Et annet viktig begrep i Bourdieus sin terminologi er *habitus*. Dette begrepet er relevant i forbindelse med hans modell over menneskelig handling.

2.6.3 Habitus

Pierre Bourdieu opererer med begrepet *habitus*, og med det mener han et system av disposisjoner som spiller inn på hvordan mennesker handler, tenker og orienterer seg i den sosiale verden (Broady 1989).

A system of durable, transposable dispositions, structured structures predisposed to function as structuring structures, that is, as principles which generate and organize practices and representations that can be objectively adapted to their outcomes without presupposing a conscious aiming at ends or an express mastery of the operations necessary in order to attain them (Bourdieu 1990 i Swartz 1997: 101)

Betegnelsen *disposisjon* er sentral for Bourdieu, siden det antyder to essensielle aspekter han ønsker å formidle med ideen om habitus: struktur og tilbøyelighet (Ibid: 103). Begrepet *habitus* er ikke Bourdieus sitt eget begrep, men det kan blant annet spores tilbake til Thomas Aquinas, og er en oversettelse av Aristoteles' *hexis*-begrep, som også Bourdieu bruker (Wilken 2008: 35). Disse hverdagslige disposisjonene avgjør hvordan vi oppfatter, bedømmer og handler i verden (Ibid.: 37). Bourdieus habitusbegrep kan fortolkes som et kulturbegrep der de dynamiske relasjonene mellom individet og det sosiale blir understreket. Det er samtidig et produkt av sosialiseringprosesser, særlig den tidlige sosialiseringen i barndommen er viktig for dannelsen av disposisjonene en velger å handle i forhold til (Swartz 1997: 103). Det som er karakteristisk for disposisjonene i habitus er at de er tilegnet, og at det på den måten er noe som finnes nedlagt i individet og i kroppen. Tilegnelsesprosessene er imidlertid glemt eller fortrent, i følge Bourdieu, slik at det er en kroppslig modus og ikke en sinnsmodus (Ibid.: 37).

En kan si at habitus danner både en individuell, kollektiv og samfunnsmessig rolle. Den er *individuell* fordi den integrerer summen av individets tidligere erfaringer, og fordi ethvert individ har en unik historie. I tillegg er den individuell fordi den personliggjør det sosiale. Det *kollektive* aspektet kommer til syne fordi habitus tilegnes i et sosialt miljø som vanligvis er kjennetegnet som en form for fellesskap og felles forståelse. Det kollektive danner igjen ramme for det individuelle, og gjør det individuelle forståelig og ofte også forventet i bestemte sosiale sammenhenger. Det er samtidig dette aspektet som gjør at en kan snakke om en klasse-habitus (Wilken 2008: 37-38). Bourdieu bruker begrepet «class habitus» som han beskriver som den internaliserte formen av klassebetingelser (Bourdieu [1979] 2004: 101). Habitus er også *samfunnsmessig* fordi den får oss til å akseptere ulikheter i samfunnet og ta de for gitt (Wilken 2008: 37-38).

Jeg vil i det neste avsnittet forklare begrepet *sosiale felt*, som utgjør et sentralt aspekt i Bourdieu sin modell for menneskelig handling.

2.6.4 Sosiale felt

Pierre Bourdieus begrep om *sosiale felt* er et nøkkelbegrep i hans sosiologi. Broady (1989) forklarer at et sosialt felt eksisterer når en avgrenset gruppe av aktører og institusjoner strider om noe som er felles for de (Broady 1989). Swartz forklarer felt som strukturerte arenaer for konflikt der det oppstår handling;

Practices occur in structured arenas of conflict called *fields*. This central concept in Bourdieu's sociology connects the action of habitus to the stratifying structures of power in modern society. [...] Fields mediate the relationship between social structure and cultural practice (Swartz 1997: 9).

Bourdieu mener imidlertid ikke at alle sosiale sammenhenger er sosiale felt. Et sosialt felt karakteriseres av spesialiserte aktører og institusjoner, med en spesifikk art av symbolsk kapital som ligger til grunn for de felles forestillingene innen feltet (Broady 1989). I tillegg karakteriseres et sosialt felt av spesifikke investeringer, innsatser og gevinster. Ut i fra dette kan en gi følgende minidefinisjon: *Et system av relasjoner mellom posisjoner som inntas av spesialiserte aktører og institusjoner som kjemper om noe som er felles for de* (Ibid.:3).

Et slikt felt kan sies å være det litterære feltet der aktørene er forfattere, litteraturkritikere,

litteraturvitere og forleggere, og der institusjonene er litterære tidsskrifter, forlag, kultursider, litteraturvitenskapelige institusjoner. Det de kan sies å strides om er hva som er god og dårlig litteratur. På samme måte oppstår det sosiale felt i ulike utdanningsmiljø. En stor del av Bourdieus sosiologi har utdanningssystemet i fokus. Han mener at utdanningsfeltet er en samfunnsinstitusjon som bidrar til å reprodusere sosial ulikhet. Ettersom skolen er en samfunnsinstitusjon som fremmer muligheter for sosial mobilitet, ser det ut som at det er elevenes objektive prestasjoner som bedømmes (Bourdieu 1989/96 i Wilken 2008: 70). Bourdieu hevder videre at det er de elevene som allerede mestrer utdanningssystemets kulturelle koder, og som gjerne kommer fra privilegerte hjem, som klarer seg best i systemet. Han har vist, gjennom sin forskning på det franske skolesystemet, at den franske undervisningsformen favoriserer de elevene som innehar mye kulturell kapital. Lærerne belønner ikke bare konkret skolearbeid, men også språk, atferd, stil og forhåndskunnskaper (Ibid.).

Det kan virke som om nyansene mellom det sosiale *rom* og det sosiale *felt* i Bourdieu sin forstand er små, han bruker som nevnt også betegnelsen *field of social classes* for sin modell over det sosiale rommet. Man kan likevel antyde forskjeller mellom begrepene. I forhold til det sosiale rom, kan en si at det er snakk om et felt av sosiale krefter, der forskjellige klasser kjemper om status og posisjon, basert på den kapitalen en har opparbeidet seg. Det sosiale rommet fremstilles som et kart basert på kapitalvolum og kapitalfordeling. Som tidligere nevnt utleder Bourdieu gjennom sine studier en forståelse av samfunnet som et mer komplekst og flerdimensjonalt sosialt rom. Det sosiale rommet representerer i så måte samfunnet i en slags større dimensjon, der en kan tenke seg en nasjon eller en by reflektert i denne strukturen. Det sosiale feltet er imidlertid kjennetegnet ved en mindre avgrenset gruppe av aktører som kjemper om noe som er felles for de, og der spesifikke kapitalformer kommer til uttrykk. «Fields may be thought of as structured spaces that are organized around specific types of capital or combinations of capital» (Swartz 1997: 117). Feltbegrepet kan derfor sies å inngå i det sosiale rommet, basert på de kapitalformene som kommer til uttrykk.

Bourdieu sitt sosiale felt henger også sammen med hans modell for hvordan mennesker handler.

2.6.5 Bourdieu sin modell for menneskelig handling

Bourdieu presenterer i Distinksjonen en modell over hvordan mennesker eller agenter handler. Den er presentert på følgende måte:

«**[(habitus) (kapital)] + field = practice**» (Bourdieu [1979] 2004: 101).

Her legger han vekt på at handling er gitt ved en kombinasjon av habitus og opparbeidet kapital, i en spesifikk sosial sammenheng, her det sosiale feltet. Til sammen utgjør det modellen over hvordan aktører eller mennesker handler. Handling er klasse-disposisjoner som overlapper dynamikken og strukturen i spesielle felt. Handlingen forekommer når habitus møter de konkurransedyktige arenaer som utgjør *felt*, og handling reflekterer strukturen av dette møtet (Swartz 1997: 141).

På samme måte kan modellen over menneskelig handling overføres til mer moderne former for menneskelig handling. Jeg vil i det videre forsøke å trekke paralleller mellom Bourdieu sine begreper og min overordnede tematikk om sosial ulikhet på Facebook. Jeg vil aller først diskutere om Facebook kan sees på som et sosialt rom eller sosialt felt i Bourdieu sin forstand.

2.6.6 Kritikk av Bourdieu

Bourdieu's arbeid har hatt en stor betydning for senere kultursosiologi, men har også møtt motstand. Det som er blitt rettet av kritikk mot Pierre Bourdieus teorier svarer han på blant annet i boka *Den kritiske ettertanke* (Bourdieu & Wacquant 1995: 245). Kritikken dreier seg her om at hans sosiologiske teorier gjør seg bedre egnet og gjeldende i Frankrike enn i andre land. Han sier seg ikke uenig i denne kritikken, men svarer at til tross for forskjellene kan man bruke det samme analytiske verktøyet, man må bare vektlegge variablene noe ulikt (Ibid.).

Prieur og Rosenlund (i Dahlgren og Ljunggren 2010) redegjør for noe av kritikken i boken *Klassebilder – Ulikhet og sosial mobilitet i Norge*. Her nevner de at noe av kritikken av Bourdieu er blitt rettet mot synet hans på dominans med det negative bildet av de folkelige klassers kultur fordi det ikke gir uttrykk for aktive og kompetente valg. Rosenlund med flere (2008) påpeker videre at mye av kritikken er blitt rettet mot hans modell om sosial ulikhet (Prieur, Rosenlund og Skjøtt Larsen 2008: 46). Andre har avvist det bildet Bourdieu tegner av de dominerende klassene, og hevdet at de ikke er så snobbete som han vil ha det til. Peterson

og Kern har påstått at kultureliten heller preges av å være *altetende*, i den forstand at de både liker finkultur og populærkultur. Dette kaller han *cultural omnivores* (Peterson og Kern 1996 i Dahlgren og Ljunggren 2010: 113). Lignende synspunkter og tvil rundt meningen om at kultureliten utøver en form for dominans er blant annet blitt presentert av Bryson (1996), Chan og Goldthorpe (2005, 2007a), Bennett et al. (1999), Skarpenes (2007) og Jæger og Katz-Gerro (2008) (alle i Dahlgren og Ljunggren 2010: 113). En tredje retning i kritikken av Bourdieu har handlet om det gir mening å anse klasser som strukturerende for kulturelt forbruk i dag. Katz-Gerro viser til to argumentasjonslinjer der den ene påstanden går på at de fleste i de vestlige samfunn nå tilhører en stor middelklasse med ubetydelige livsstilsforskjeller, og den andre påstanden om at det nå er andre kilder til identiteter som er viktigere enn klasse (Katz-Gerro 2002 i Dahlgren og Ljunggren 2010). For Giddens går klasse fra å være en erfaring av en kollektiv skjebne til å bli en individuell erfaring av begrensninger eller muligheter, og identiteter og livsstiler behandles refleksivt (Giddens 1996 i Dahlgren og Ljunggren 2010: 114). Michèle Lamont retter mye av sin kritikk mot Bourdieu sin metodiske tilnærming og at hans teorier ikke er anvendbare i forhold til det amerikanske samfunnet. I boken *Money, Morals, and Manners* ([1992] 1994) sammenligner hun blant annet den amerikanske middelklassen med den franske.

Som sagt dreier mye av kritikken mot Bourdieu seg om at hans teorier i mindre grad er overførbare til andre land og samfunn enn Frankrike. Men det er også de som imidlertid mener at hans teorier er anvendbare. Rosenlund ([1985] 2000) finner at Bourdieu sine teorier og metoder gjør seg gjeldende i forbindelse med norske forhold. I hans danske undersøkelse (Priour, Rosenlund og Skjøtt Larsen 2008) fremkommer det imidlertid at de kulturelle forskjellene ikke er av en slik karakter som i det franske samfunnet, men likevel kan forklares innenfor Bourdieus rammeverk. Andre som har anvendt Bourdieu sine teorier er som tidligere nevnt Hovden, Gripsrud og Moe (2011), i deres undersøkelse av Bergensstudenters kulturelle preferanser, der de fant tydelige forskjeller i kulturbruk.

2.7 Facebook som sosialt rom eller sosialt felt?

Som tidligere nevnt kjennetegnes et sosialt rom ved et felt av sosiale krefter, der forskjellige klasser kjemper om status og posisjon, basert på den kapitalen en har opparbeidet seg. Mens et sosialt felt eksisterer når en avgrenset gruppe av aktører og institusjoner strider om noe som er felles for de, og der spesifikke kapitalformer kommer til uttrykk. Feltbegrepet kan videre

sies å inngå i det sosiale rommet, basert på de spesifikke kapitalformene som kommer til uttrykk.

Skal man betrakte Facebook som et sosialt felt må det eksistere en avgrenset gruppe av aktører og institusjoner som kan sies å stride om noe som er felles for de. Basert på disse premissene kan en da snakke om Facebook som et sosialt felt? Facebook-brukere er ingen avgrenset gruppe som sådan, men består av mennesker fra alle slags lag. Og de vennene en har kan sies å være basert på et sosialt strukturert utvalg. Hvorvidt Facebook-brukere kan sies å stride om noe som er felles for de, og som er ulikt de mer overordnede stridene i det sosiale rommet, er imidlertid tvilsomt. Noen samfunn av brukere på Facebook vil nok strides om noe som er felles for de, som for eksempel politiske grupperinger og lignende, men vanligvis vil nok dette være kamper som også foregår utenfor Facebook. Det virker mer naturlig å snakke om Facebook som en arena for smakskamper, som igjen er i tråd med Bourdieu sine teorier om det sosiale rommet. Kan en da snakke om Facebook som et sosialt rom?

På Facebook kan brukere liste opp favoritter innen musikk, litteratur, film etc. og generelle kulturelle referanser, som vil kunne uttrykke den sosiale smaken til en person, og kan på den måten sees som del av de allmenne smakskampene personene befinner seg i i det sosiale rommet. Hvorvidt en kan snakke om at aktørene på Facebook kjemper om sin posisjon, og om makt og innflytelse, er litt vanskeligere å si noe om. Hver og en Facebook-bruker opptrer noe ulikt, ut i fra det en publiserer, skriver, ”liker” og kommenterer. Det vil ikke nødvendigvis være en kamp om posisjon blant aktørene, men en kamp i form av smakskampene i det sosiale rommet. En kan se slike smaksuttrykk på Facebook, som et ledd i mer allmenne smakskamper i samfunnet. Sett i forhold til de tidligere nevnte medieteoretikeres synspunkt kan en si at det både er en motstridende og en komplimerende diskusjon i forhold til Bourdieu-perspektivet. Da medieteoretikere som Meyrowitz og Goffman ser på de mer individuelle kampene en utøver i forbindelse med nye medier, henger smakskampene til Bourdieu mer sammen med de smakskampene som oppstår i det sosiale rommet. Meyrowitz og Goffman snakker på den annen side om rammene som ligger i mediet selv, mens Bourdieu snakker om hvilke habitusskiller en tar med seg inn i disse rammene.

Det er mye en kan lese ut i fra det en person publiserer på sin Facebook-profil, som samtidig kan støtte opp under påstanden om at Facebook kan sies å være et sosialt rom i Bourdieu sin forstand. Likevel kan en ikke si at alle kriteriene er oppfylt for å kunne inngå i en slik

kategori. Jeg vil imidlertid tørre å påstå at Facebook heller er en *møteplass* i det sosiale rommet, der det foregår sosiale handlinger og der brukerne av Facebook kjemper individuelle smakskamper som igjen er med på å signalisere distinksjoner. Med begrepet møteplass i denne sammenhengen kan en tenke seg digitale møteplasser der det foregår smakskamper og sosiale interaksjoner. Eksempler på denne typen møteplasser kan være sosiale medier som Facebook, blogger og diskusjonsforum på nettet der liknende kamper utøves.

2.7.1 Facebook som case for sosiale distinksjoner

Jeg har til nå gjort rede for diskusjonen rundt nye digitale medier som en ny offentlighet. Jeg har videre forklart begrepet digitale skiller og flere av aktørene i debatten. Det viser seg imidlertid at det har blitt rettet lite oppmerksomhet mot sosiale faktorer som årsak til digitale skiller. I forhold til sosiale medier og fenomenet Facebook tilfører Pierre Bourdieu på mange måter noe nytt til teoretikere som Goffman og Meyrowitz og de perspektivene som tar hensyn til sosiale situasjoner. Spørsmålet som videre synes å gjøre seg aktuelt er ikke lenger bare i forhold til ulik tilgang til de nye medier, men også i forhold til hvilke skiller som finnes i de mer konkrete praksisene på sosiale medier som for eksempel Facebook.

Jeg vil i det neste kapittelet presentere oppgavens metodiske tilnærming og forskningsdesign.

Kapittel 3 – Metode

3.0 Forskningsdesign og metode

Bakgrunnen for prosjektet var å undersøke i hvilken grad det eksisterer sosiale forskjeller i bruken av Facebook. For å belyse dette har jeg valgt å gjøre en websurvey av studenter i Bergen fra fagene nordisk, litteraturvitenskap, jus, allmennlærer og ingeniør. I dette kapitlet vil jeg først forklare bakgrunnen for valget av metoden og utvalget. Videre vil jeg gjøre rede for pilotstudien, den praktiske gjennomføringen og drøfte noen problem knyttet til frafall og representativitet ved det endelige datamaterialet.

3.1 Begrunnelse for valg

3.1.1 Valg av surveytilnærming

Beslutningen om å ta i bruk kvantitativ analyse og websurvey i mitt prosjekt kan begrunnes i flere forhold. For det første var målet å forsøke å identifisere noen grove, systematiske sammenhenger mellom sosial bakgrunn og bruksmønster på Facebook. For opparbeiding av slike data, som kunne behandles statistisk, pekte surveymetode seg naturlig ut, selv om kvalitative intervjuer åpenbart ville kunne gitt langt mer nyansert informasjon om informantenes bakgrunn, bruksmønster og deres egen refleksjon rundt dette (jfr. Østbye et. al. 2007: 98). Spørreskjema-undersøkelser er betegnelsen på en gruppe metoder for strukturert datainnsamling ved hjelp av spørsmål og svar. Spørsmålene stilles til et relativt stort utvalg slik at det er mulig å kvantifisere dataene. Målet er å kunne telle antall respondenter som har kombinasjoner av bestemte kjennetegn (Ibid.: 129), i mitt tilfelle bruksmønstre på Facebook og indikatorer på sosial bakgrunn. Et annet argument for survey var muligheten for anonymitet i besvarelsene, spesielt gitt at noen av spørsmålene omhandler nokså personlige forhold (som fars inntekt og utdanning).

3.1.2 Valg av studenter som case

Dybdestudier av enkelte geografiske områder, institusjoner, personer eller prosesser kan vi kalle «case-studier» (Østbye et. al. 2007: 238). «The most common use of the term ‘case’ associates the case study with a location, such as a community or organization» (Bryman 2008: 53). Studenter kan betraktes som en slik enhet. Beslutningen om å ta i bruk studenter som avgrenset case kan dels begrunnes i forhold knyttet til gjennomføring og dels i forskningsspørsmålet. Å foreta en undersøkelse av et representativt utvalg av befolkningen i

et masterprosjekt var urealistisk å få til både praktisk og økonomisk. «With a case study, the case is an object of interest in its own right [...]» (Ibid.: 54). I forhold til forskningsspørsmålet vil en kunne forvente at sosiale forskjeller i bruk av Facebook vil være observerbare i alle større sosiale grupper, og selv om studenter ikke er representative for befolkningen, vil de slik kunne tjene som et velegnet case til å studere hvordan sosiale skiller kan observeres i bruk av Facebook.

3.1.3 Valg av websurvey

Webbaserte undersøkelser er en av flere metoder innenfor surveymetoden. Web-survey fungerer på den måten at man inviterer potensielle respondenter til å besvare en spørreundersøkelse på nettet gjennom en lenke på en nettside eller via en e-post (Bryman 2008: 644).⁴

Det er noen styrker og svakheter ved bruk av web-survey. En fordel er muligheten for å motta svar raskere enn ved for eksempel undersøkelser distribuert per post (Ibid.: 653). Web-survey har også en fordel ved at en får svarene direkte inn i en database uten å måtte kode svarene. En websurvey er i tillegg billig, eller gratis, da man ikke trenger å betale for porto. Når det gjelder ulempene kan en risikere en lavere reponsrate enn ved spørreskjemaer per post (Lin og Van Ryzin 2012). Ved web-survey er tilgangen til spørreskjemaet samtidig begrenset til de som har nett-tilgang (Bryman 2008: 653). Sistnevnte aspekt anser jeg som lite problematisk for min undersøkelse, da det er en forutsetning at respondentene er på Facebook. En siste ulempe har å gjøre med at enkelte kan velge å besvare en web-survey mer enn en gang (Ibid.). Jeg anser likevel ikke dette aspektet å være sentralt for min undersøkelse, selv om risikoen er der.

3.2 Utvalg

I forbindelse med utvalget ville jeg ta utgangspunkt i Bourdieus teorier om det sosiale rom, som jeg skriver om i teorikapittelet. Jeg ønsket å velge ut fire faggrupper som hver kunne

⁴ Jeg valgte å lage en webbasert undersøkelse via programmet Survey Xact. (<https://www.survey-xact.dk>) Gjennom programmet kunne jeg på enkelt vis observere svarene etter hvert som de kom inn, og det var raskt og enkelt å legge inn automatiske påminnelsmeldinger. Programmet lot meg i stor grad utforme spørsmålene som jeg ville i både nedtrekksmenyer, åpne spørsmål og større batterier. Det var også mulig å lage hopp i undersøkelsen der det var naturlig.

representere ytterpunkt i studentenes sosiale rom (de sosiale forskjellene som finnes mellom studentene i forhold til deres foreldres klasseposisjoner), og slik representere ulike habituser og sosiale bakgrunner. Jeg ønsket å bruke et utvalg studenter basert på henholdsvis høyt og lavt kapitalvolum, og med ulik fordeling av *økonomisk* og *kulturell* kapital. Med utgangspunkt i Gripsrud, Hovden og Moe (2011) sine beskrivelser av sosiale forskjeller mellom ulike studentgrupper, og i samråd med Jan Fredrik Hovden⁵, ble det til slutt valgt et strategisk utvalg av studenter fra fire studiegrupper, som hver skulle representere ytterpunkter i det sosiale rommet: litteraturvitenskap/nordisk, jus, allmennlærer og ingeniør.⁶ Jeg endte derfor opp med Universitet i Bergen og Høyskolen i Bergen, og med et utvalg av studenter på de følgende studier; studenter fra **rettsvitenskap**, kjennetegnet ved å rekruttere fra foreldre med høy *økonomisk kapital* og **Nordisk og Litteraturvitenskap** på UiB som en gruppe med mye arvet *kulturell kapital*. Disse gruppene kjennetegnes også ved et nokså høyt samlet kapitalvolum (jfr. Gripsrud, Hovden og Moe 2011). Jeg valgte HiB-studenter på **allmennlærer og ingeniørutdanning** som den gruppen med totalt lavere oppsamlet kapital, men med en overvekt av henholdsvis kulturell kontra økonomisk kapital. Motivasjonen for valget av disse fagene henger sammen med at tidligere studier av disse faggruppene har antydnet at dette er grupper med nokså ulike sosiale profiler. De to første rekrutterte sosialt høyt i 2008-undersøkelsen til Gripsrud, Hovden og Moe, men var kjennetegnet ved forholdsvis mye kulturell kapital ved litteraturvitenskap/nordisk, og mye økonomisk kapital ved jus (Ibid.). Allmennlærere og ingeniører var tilsvarende kjennetegnet ved en noe lavere sosial rekruttering, men da preget av en overvekt av kulturell kontra økonomisk kapital (Ibid.). Jeg valgte videre å slå sammen studentene på nordisk og litteraturvitenskap til én gruppe av den grunn at det var betydelig færre studenter på disse studieprogrammene. Samlet sett vurderte jeg i samråd med min veileder at et tilfeldig utvalg på ca 200 studenter fra hver gruppe ville være optimalt, sett ut i fra at det sannsynligvis ville være noe frafall av respondenter.

Utvalget baserte seg slik først på et *strategisk* utvalg av fem studentgrupper ved UiB og HiB. Et strategisk utvalg bygger ikke på tilfeldighetsprinsippet, men på systematiske vurderinger

⁵ Jan Fredrik Hovden har for øvrig bidratt med rekoding og konvertering av datasettet.

⁶ På bakgrunn av deres studie valgte jeg i utgangspunktet å bruke studenter fra tre utdanningsinstitusjoner i Bergen: Bedriftsøkonomisk Institutt, Universitetet i Bergen og Høyskolen i Bergen. Da det ikke kom fikk noe respons fra BI i rekrutteringsprosessen, etter gjentatte purremail, valgte jeg imidlertid å droppe BI som en av utdanningsinstitusjonene og erstatte disse med jus på grunn av lignende posisjon.

av hvilke enheter som ut i fra teoretiske og analytiske formål er mest relevante og mest interessante (Grønmo 2004: 88). Med unntak av jus, ble det videre foretatt et tilfeldig utvalg av gruppene internt på faget. Et tilfeldig utvalg er et utvalg der alle medlemmene av populasjonen har en kjent sannsynlighet (større enn 0) for å komme med i utvalget (Østbye et. al. 2007: 242). På jus ble utvalget derimot gjort ved at alle studentene ved tre ulike fag fikk invitasjon til å delta⁷.

Jeg har valgt ut fire grupper, som ikke samlet sett er representative for studenter i Bergen eller Norge. Men ved å velge fire grupper med nokså ulik habitus, kan dette brukes som case for å se i hvilken grad Facebook-bruk, i en avgrenset gruppe, har en klassekarakter.

I forhold til utvalget hadde jeg noen spesifikke kriterier for at studentene kunne være med i utvalget. Studentene måtte være oppmeldt som heltidsstudent på det aktuelle studiet og være i født mellom 1987 og 1992. Utfordringer knyttet til det rent tekniske med innhenting av mailadresser gjorde at dette siste kriteriet kun gjelder utvalget fra HiB. Dette kommer jeg mer inn på i del 3.3.

3.3 Rekruttering av respondenter

I prosessen med å innhente utvalget mitt hadde jeg et ønske om å trekke et tilfeldig utvalg studenter fra de nevnte utdannelsesretningene. Jeg formulerte et informasjonsskriv til hver av institusjonene der jeg ba om en godkjenning til å gjennomføre undersøkelsen min og forespurte om muligheten for å få utlevert e-postadressene til et tilfeldig utvalg studenter på bachelorprogrammet på de ulike studiene (Vedlegg 1).

BI hørte jeg aldri noe fra, tross flere purremail. Jeg valgte derfor å erstatte denne studentgruppen med studenter på rettsvitenskap. UiB ga meg godkjenning på gjennomføring av undersøkelsen, men de hadde ikke mulighet til å videresende studentenes e-postadresser av rent personvernmessige hensyn. Jeg tok i stedet kontakt med administratorene av intranettet til UiB; MiSide og sendte ut et informasjonsskriv med en link til surveyen til de resterende respondentgruppene mine; nordisk, litteraturvitenskap og rettsvitenskap. I og med at jeg ikke selv fikk tilgang på e-postadressene var det her et noe større antall respondenter som fikk

⁷ Dette grunnet misforståelser i kommunikasjonen med UiB.

invitasjon til å delta. Til sammen ble e-post, via MiSide, sendt ut til bachelorprogrammet på nordisk og litteraturvitenskap, og tre fag på tre ulike kull på rettsvitenskap⁸. Dette resulterte i at det ble en noe ulik størrelse på bruttoutvalgene. På bachelor i nordisk var det oppmeldt 55 studenter, bachelor i litteraturvitenskap 91 studenter og på rettsvitenskap 1439 studenter (samlet på de tre fagene). Mailadressene til studentene på HiB hadde jeg allerede fått, 200 på ingeniør og 200 på allmennlærer.

3.3.1 Pilotstudie

I forkant av utformingen av selve spørreskjemaet forberedte og gjennomførte jeg en pilotstudie, i form av tre kvalitative intervjuer. Pilotstudien var et forsøk på å innhente informasjon og tips til ideer for den videre utformingen av spørsmål til undersøkelsen. I arbeidet utviklet jeg en intervjuguide med en oversikt over temaer og spørsmål knyttet til disse.

Sigmund Grønmo drøfter hvordan man kan kombinere kvalitativ og kvantitativ datainnsamling, og redegjør blant annet for kvalitative undersøkelser som forberedelse til kvantitative undersøkelser. Dette dreier seg vanligvis om en eksplorerende fase i et forskningsopplegg og hensikten er i hovedsak å få et visst empirisk grunnlag for å konstruere et best mulig måleinstrument for innsamlingen og registreringen av de kvantitative data (Grønmo 2004: 210). I forbindelse med større spørreundersøkelser gjennomføres slike kvalitative studier i form av forprosjekter (Ibid.) eller pilotstudier som i mitt tilfelle

Til pilotstudien fikk jeg tak i tre intervjuobjekter fra henholdsvis Norges Handelshøyskole, sosialantropologi ved UiB og ingeniørutdanning ved HiB. De tre ble valgt for å representere ulike studier. Kontakt ble opprettet via Facebook, og intervju foregikk hjemme hos meg privat, på HiB og på SV-fakultetet. Informantene fikk beskjed om at det ville bli tatt opptak av intervjuet. I tillegg skrev de under på en samtykkeerklæring. Lengden på intervjuene varierte noe, fra 22 min til 46 min. Resultatet av pilotstudien gjorde at jeg satt igjen med informasjon om hvilke temaer jeg ville fokusere mer på i undersøkelsen. Det viste seg blant annet at det å se på venners bilder var noe som var viktig for informantene, og jeg valgte av denne grunn å ha et noe større fokus på bildebruk i selve undersøkelsen enn opprinnelig tenkt.

⁸ JUS 135: Rettsstat og menneskerettigheter, JUS 114: Juridisk metode, JUS 121: Norske og internasjonale rettslige institusjoner

3.4 Utforming av spørreskjema

I spørreskjemaundersøkelser kan en ta opp ulike typer temaer. De vanligste temaene kan deles inn i fem hovedgrupper: egenskaper ved intervjuobjektene, atferd, holdningsspørsmål, kunnskapsspørsmål og oppfatninger om hvordan virkeligheten ser ut (Østbye et. al. 2007: 136). I arbeidet med undersøkelsen satte jeg opp temaer på bakgrunn av pilotstudien og ut i fra temaene formulerte jeg spørsmål. Disse baserte seg på de tre førstnevnte hovedgruppene. Det var både åpne spørsmål, lukkede spørsmål, spørsmål med flere mulige svar og kun enkeltsvar-spørsmål. I tillegg til dette fant jeg også bilder jeg ville benytte i undersøkelsen. Dette for å variere typen spørsmål, men også fordi jeg var interessert i å finne ut om selvrepresentasjon og sosiale mønstre på Facebook kan studeres gjennom hva slags type bilder en selv mener er greit å publisere på Facebook. I tillegg var dette et aspekt som studentene var svært opptatt av i pilotstudien.

Når det gjelder spørsmålenes tematikk var det viktig for meg å holde fokus på problematikken rundt *digitale skiller*, som er oppgavens overordnede problemfokus. Som en bakenforliggende faktor var det derfor viktig å få med spørsmål og variabler knyttet til hvor ofte og når man bruker Facebook, og hva man bruker Facebook til. I tillegg var spørsmålene knyttet til hvor aktiv og engasjert man er på Facebook, blant annet i form av hvor mange venner man har og hvilke typer tjenester man er innom i løpet av en vanlig studieuke⁹. En annen type spørsmål knyttet seg til perspektivet om sosiale forskjeller. Her stilte jeg spørsmål om fars utdanningsnivå, inntekt og kulturelle interesser. Dette for å kartlegge den sosiale bakgrunnen til respondentene, slik at jeg kunne danne meg et bilde av hvor de kan plasseres i det norske sosiale rommet.¹⁰

⁹ Det er videre vanskelig å avdekke graden av samfunnsengasjement og deltakelse i forhold til utformingen av enkelte spørsmål i undersøkelsen. I forbindelse med å legge ut linker til videoer/artikler etc. kunne det vært interessant og fått svar på *hva slags type* linker en legger ut, sett i et offentlighetsperspektiv. Det er derfor noe vanskeligere å si noe om hvem som er mer samfunnsengasjerte på Facebook, og hvem som «kun» er aktive med å poste eksempelvis linker til musikkvideoer på YouTube.

¹⁰ Grunnen til at jeg kun valgte å fokusere på far grunner i råd fra min veileder om at foreldrenes bakgrunn i mange tilfeller likner på hverandre og indikatorer for far slik kan tjene som en indikator på foreldrenes samlede kapitalprofil.

I tillegg var det viktig å ha spørsmål knyttet til *selvrepresentasjon* på Facebook, både på grunn av tilknytningen det har til digitale skiller og sosiale forskjeller, men også fordi det kan knyttes til teoriene til Goffman og Meyrowitz om rollespill og sosiale situasjoner, og Bourdieus arbeid om sosiale distinksjoner. Til denne kartleggingen forsøkte jeg i utformingen av spørsmålene å knytte aktiviteten opp mot hvordan man liker å fremstille seg selv. Dette i form av spørsmål knyttet til tagging/untagging av bilder, antall profilbilder og hva slags informasjon man har liggende ute på profilen sin. I tillegg kom det spørsmål knyttet til noen bilder der respondentene skulle ta stilling til selve situasjonen eller motivet, og om dette var noe de selv kunne lagt ut. Som et kontrasterende aspekt her, var jeg også interessert i å finne ut om det var forskjell i hva en selv mener er passende å publisere av bilder på sin egen Facebook-side, og hva man mener er generelt akseptabelt av andre å publisere.

Totalt bestod undersøkelsen av 52 spørsmål. Spørreskjemaet kan finnes i sin helhet i oppgavens vedlegg (vedlegg 4).

3.5 Resultat og frafallsanalyse

Surveyen ble sendt ut til HiB via en e-post fra SurveyXact 3. februar 2012. Studentene ved UiB mottok samme mail samme dag. Den første påminnelsmeldingen ble sendt ut 9. februar til HiB, 13. februar til UiB grunnet problemer med tillatelse fra studieadministrasjonen. Dette var også grunnen til at studentene her mottok *kun* én påminnelse. Andre påminnelse til HiB ble sendt en uke senere, den 17. februar. Grunnet noe lavere svarprosent enn forventet sendte jeg også ut en tredje påminnelse til HiB den 27. februar.

Alle vil eller kan ikke ta seg tid til å besvare en undersøkelse. Frafall er også nesten alltid systematisk i forhold til bakenforliggende faktorer som kjønn og alder og i forhold til sentrale tema i undersøkelsen. Frafall skaper derfor problemer når en vil generalisere resultatene fra undersøkelsen (Østbye et. al. 2007: 149). Poenget med en frafallsanalyse er å kunne se om det er noen tydelige skiller mellom de som har svart på undersøkelsen og det en vet om populasjonen. *Populasjonen* omfatter alle de enhetene en ønsker å si noe om i en empirisk analyse. En foretar et *utvalg* av enheter for å slippe å intervju eller spørre alle de personene en ønsker å si noe om (Ibid: 148). I mitt tilfelle består enhetene av utvalg fra fire populasjoner:

Bachelor nordisk/litteraturvitenskap, UiB: 146

Ingeniør, HiB: 200

Allmennlærer, HiB: 200

Rettsvitenskap, UiB: (480+456+504) 1439

Det totale bruttoutvalget mitt ble på 1985 respondenter, som mottok forespørsel om å besvare undersøkelsen min. Av disse valgte totalt **391** respondenter å besvare undersøkelsen, som tilsvarer en svarprosent på **19 %**.

Resultat av besvarelser (råttall og prosent):

Bachelor nordisk/litteraturvitenskap, UiB: 44 (30 %)

Ingeniør, HiB: 44 (22 %)

Allmennlærer, HiB: 55 (28 %)

Rettsvitenskap, UiB: 248 (17 %)

Svarprosenten, både totalt og for hver faggruppe må regnes som nokså lav, og dette sannsynliggjør at det endelige utvalget har usikker representativitet i forhold til faggruppene. For å studere dette vil jeg i det videre presentere en oversiktstabell over frafallet i min analyse og knytte det til faktorene; *kjønn* og *alder*. Jeg har tatt utgangspunkt i studentrapporter fra NSD (NSD Database for statistikk om høgre utdanning, 2012) (kjønn- og aldersfordeling jus og aldersfordeling nordisk/litteraturvitenskap), samt informasjon gitt av studieadministrasjonen ved det enkelte studie (kjønnsfordeling nordisk/litteraturvitenskap og kjønn- og aldersfordeling ingeniør og allmennlærer). Tabell 1 viser forholdet mellom dataene fra undersøkelsen min og det en vet om populasjonen, i den hensikt å si noe om representativiteten av utvalgene.

Tabell 1: Frafallstabell over endelig utvalg og populasjon. Prosent.

ENDELIG UTVALG						
		TOTALT	JUS	LITT.VIT/ NORDISK	ALLMENN- LÆRER	INGENIØR
N=		391	248	44	55	44
KJØNN	KVINNER %	66 %	65 %	82 %	85 %	32 %
	MENN %	34 %	35 %	18 %	15 %	68 %
ALDER	19-21	40 %	39 %	34 %	50 %	39 %
	22-24	45 %	45 %	29 %	46 %	57 %
	25-27	10 %	11 %	20 %	4 %	4 %
	28-30	2 %	3 %	2 %	0	0
	30+	3 %	2 %	15 %	0	0
POPULASJON						
N=		4642	1982	135	1039	1486
KJØNN	KVINNER %	52 %	64 %	76 %	75 %	20 %
	MENN %	48 %	36 %	24 %	25 %	80 %
ALDER	19-21		22 %	38 %	21 %	16 %
	22-24		45 %	27 %	53 %	46 %
	25-27		24 %	14 %	16 %	20 %
	28-30		5 %	5 %	4 %	8 %
	30+		4 %	16 %	6 %	10 %

Frafallsanalysen antyder at utvalget studenter er noe skeivt i forhold til fagene de rekrutterer fra, samt kjønn og alder. Analysen omhandler derfor distinksjoner og representasjoner blant nokså unge studentgrupper og i større grad kvinner enn menn. De fire studentgruppene i det endelige utvalget er i imidlertid nokså ulike i forhold til sosial bakgrunn og foreldrenes klasseposisjon, vist blant annet ved fars høyeste fullførte utdanning (tabell 2), og ved høyere økonomisk og kulturell kapital (tabell 3). Gruppene kan på den måten likevel brukes, om enn

ved visse forbehold, for å representere ulike sosiale profiler som kan antyde noen grove sosiale mønstre. Det kommer en mer nyansert drøfting av dette i kapittel 4.1.

Tabell 2: Fars høyeste fullførte utdanningsnivå etter fag i det endelige utvalget. Prosent.

Hva er/var din fars høyeste fullførte utdanningsnivå?	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Alm.lær	Ing.	
Høyskole/uni. Ph.D/Dr.	2	5	6	2	5
Høyskole/uni. 5-6 år	24	36	9	14	27
Høyskole/uni. 1-4 år	24	30	23	29	28
Ingen høyere utdanning	34	24	36	48	30
Ikke relevant	16	5	26	7	10
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Tabell 3: Fars inntektsnivå og interesse (%ja) for ulike kulturtilbud, etter fag i det endelige utvalget. Prosent.

Interesse for	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Klassisk musikk	24	34	24	29	31
Teater	28	31	9	12	25
Bildekunst	32	32	17	7	27
Klassisk norsk litteratur	30	38	17	14	31
Inntekt					
<400 000	21	10	28	19	15
400-999	45	53	22	55	48
1 million +	0	18	6	10	13
Ikke akt. å svare på/ Vet ikke	34	19	44	16	24
	100	100	100	100	100

Jeg har til nå redegjort for mine teoretiske perspektiv, valg av kvantitativ metode og websurvey og gjennomføring av undersøkelsen. Jeg vil i oppgavens neste del, analysedelen, presentere funnene fra undersøkelsen.

Kapittel 4 - Analyse

4.0 Analyse

Som det fremkommer av min problemstilling har mitt overordnede fokus vært å undersøke om det eksisterer sosiale forskjeller og sosiale mønstre i Bergensstudenters Facebook-bruk. Få studier har interessert seg for sosiale skiller knyttet til mer nyanserte skiller i bruk av digitale kommunikasjonsformer som Facebook, og Bourdieus teorier har i liten grad blitt brukt for å forstå denne typen bruk (jfr. kapittel 2.0.1). Kan ulike bruksmønstre på Facebook ha likhetstrekk med sosiale skiller i kulturbruk beskrevet av Bourdieu for Frankrike, og senere i analyser av norske og nordiske forhold? (jfr. Rosenlund [1985] 2000, Prieur, Rosenlund og Skjøtt Larsen 2008, Gripsrud, Hovden og Moe 2011). Er det sammenheng mellom slike forskjeller, hvordan man velger å fremstå på Facebook og hva slags holdninger man har til bildebruk?

I analysedelen vil jeg gjennomgående ta for meg undersøkelsens resultater og funn. Jeg vil systematisk gå gjennom hovedtendensene i undersøkelsen og gjøre rede for tydelige funn og distinksjoner som gjør seg gjeldende.

Først vil jeg se på undersøkelsens respondenter og de grove skillene som eksisterer i gruppene, som kjønnsfordeling, alder og fars bakgrunn. Perspektiver knyttet til sosial bakgrunn vil dermed være sentralt her. I kapittelets andre del tar jeg for meg den generelle bruken av Facebook blant mine respondenter. Her inngår blant annet tidsbruk og hyppighet, antall venner, samt hvor lenge de har brukt Facebook. Jeg vil videre ta for meg to av de mest sentrale funksjonene blant mine respondenter; **statusoppdateringer** og **bildebruk**. Her vil jeg presentere de ulike studieretningene hver for seg og forsøke å oppsummere hva som kjennetegner de med tanke på de ulike temaene. Jeg vil først gjøre rede for delen som omhandler statusoppdateringer. Her vil jeg gå nærmere inn på funnene basert på spørsmål knyttet til hva slags type statusoppdateringer, samt hyppighet og holdninger til andres statusoppdateringer.

Videre vil jeg gjennomgå resultatene fra undersøkelsen der bildebruk var en sentral del. Jeg vil se på funnene som angår egen praksis og holdninger til bildene i undersøkelsen. Så vel som fagmessige forskjeller vil jeg også komme inn på kjønnsforskjeller. I nest siste del av

kapittelet vil jeg fokusere på diverse andre holdningsspørsmål og noen tendenser i forbindelse med viktigheten av Facebook for studentene.

4.1 Grove skiller i gruppene

Som tidligere nevnt i metodekapittelet var hovedmotivasjonen bak utvalget av fagene Nordisk/Litteraturvitenskap, Jus, Allmennlærer og Ingeniør at tidligere studier av disse faggruppene hadde antydnet at dette var grupper med nokså ulike sosiale profiler. De to første rekrutterte sosialt høyt i 2008-undersøkelsen, men var kjennetegnet ved forholdsvis mye kulturell kapital ved litteraturvitenskap/nordisk, og økonomisk kapital ved jus. Allmennlærere og ingeniører var tilsvarende kjennetegnet ved en noe lavere sosial rekruttering, men da preget av henholdsvis kulturell kontra økonomisk kapital (Gripsrud, Hovden og Moe, 2011). Til sammenligning er det interessant å se i hvilken grad dette stemmer med mine respondenter. Tabell 4 og 5 viser noen sosiale egenskaper ved respondentene fra de ulike fagene som svarte på undersøkelsen. En kan aller først merke seg at det er nokså store kjønnsforskjeller i fordelingen:

Tabell 4: Kjønnsmessig fordeling innen de ulike fagretningene i nettutvalg. Prosent.

	Nordisk/litt.vit	Jus	Alm.lærer	Ingeniør	Totalt
N=	44	248	55	44	391
Menn	18 %	35 %	15 %	68 %	34 %
Kvinner	82 %	65 %	85 %	32 %	66 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Kjønnsforskjellene er særlig store på nordisk/litteraturvitenskap og allmennlærer i mitt endelige utvalg, der det er en overvekt av kvinnelige studenter. Derimot er det en overvekt av menn på ingeniørstudiet. Denne oppgaven har ikke et hovedfokus på kjønnsforskjeller, men jeg vil kommentere forskjellene der jeg ser det som interessant i analysen.

Tabellen nedenfor viser en oversikt over utvalgte sosiale egenskaper ved respondentene i undersøkelsen.

Tabell 5: Utvalgte sosiale egenskaper etter fag og kjønn i det endelige utvalget. Prosent.

	NORDISK/LITT		JUS		ALLMENNLERER		INGENIØR		Total
	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	
N=	36	8	162	86	47	8	14	30	391
ALDER									
19-24 år	67	63	84	85	96	100	100	93	85
25-30 år	22	12	14	12	4	0	0	7	12
>30 år	11	25	2	3	0	0	0	0	3
FARS									
UTDANNINGSNIVÅ									
høyere utdanning (master +)	28	17	41	41	11	43	14	18	32
1-4 år uni/høyskole	22	33	31	28	26	0	14	36	28
ingen høyere utd./Ikke relevant	50	50	28	31	63	57	72	46	40
FARS									
INNTEKT									
<400 000	53	67	35	17	74	63	36	35	39
400-999	47	33	50	61	22	25	57	54	48
1 million +	0	0	15	22	4	12	7	11	13
FARS INTERESSE FOR (% ja)									
klassisk norsk litt	31	20	41	32	15	29	14	14	31
Bildekunst	34	20	33	30	17	14	7	7	27
Teater	29	20	34	26	11	0	21	7	25
Klassisk musikk	28	0	37	29	24	29	21	32	31

Som det fremkommer av tabellen er studentene på litteratur/nordisk i felleskap kjennetegnet ved at en relativt stor andel har fedre med mastergrad eller mer. 17 % av mennene og 28 % av kvinnene har en far med mastergrad eller doktorgrad. 34 % av kvinnene og 20 % av mennene angir at deres fedre er interessert i bildekunst, samtidig med at deres fedre har en heller gjennomsnittlig inntekt, sammenliknet med for eksempel jus-studentene. Interessen for kultur kan i dette tilfellet være en grov indikator på arvet kulturell kapital. Det kan også nevnes at nordisk/litteraturvitenskap-studenter også er den gruppen som har flere studenter over 30 år.

Også jusstudentene kjennetegnes ved at de har fedre med høyere utdanning, noe som gjelder for 41 %. Fedrenes inntektsnivå ligger høyere enn de resterende gruppene, mellom 15 % og 22 % har en far med inntekt på en million eller mer. Det er også en større andel som har inntekt på opp mot en million, som indikerer en høy økonomisk kapital. 41 % av kvinnene og 32 % av mennene angir at deres fedre er interessert i klassisk norsk litteratur. Et fåtall av studentene er over 30 år.

Når det gjelder studentene på allmennlærer og ingeniør er de kjennetegnet ved oftere å ha fedre med lavere utdanning (jfr. tabell 2). 36 % (allmennlærer) og 48 % (ingeniør) har fedre uten høyere utdanning, det vil si videregående nivå eller lavere. Inntektsmessig ligger de

lavere enn de to foregående gruppene, men der ingeniør ligger noe høyere. 28 % (allmennlærer) og 19 % (ingeniør) har en far som har en inntekt på under kr 400 000, over 50 % av ingeniør- og jusstudentene har fedre med inntekt på opp mot en million (jfr. tabell 3) I forhold til kulturprodukter angir studentene på begge fag at deres fedre sjelden viser interesse for dette sammenlignet med studentene på nordisk/litteraturvitenskap og jus. Det er imidlertid flere av studentene på allmennlærer som angir at deres fedre er interessert i kulturtilbud.

Som det fremkommer av tabell 2, 3 og 5 representerer fagene ulike sosiale profiler, og kan på den måten representere ulike sosiale utgangspunkt og habituser for sitt møte med og bruk av Facebook. Videre skal jeg se på i hvilken grad slike klasse- og kjønnskillinger gjenspeiler seg i ulik bruk og holdninger på Facebook. Det er tema for resten av kapittelet.

4.2 Generell bruk av Facebook

Motivasjonen bak prosjektet er som nevnt å se om det er store forskjeller i bruken av Facebook både mellom fagene og kjønnene. Litteraturvitenskap/nordisk, jus, allmennlærer og ingeniør synes å representere ulike sosiale profiler både når det gjelder prosjektet mitt, og i forhold til tidligere forskning (Gripsrud, Hovden og Moe 2011). Når det gjelder generell bruk har jeg valgt å trekke inn ulike aspekter. Hvem bruker Facebook mye og hvem lite? Er det forskjeller i hvilke tjenester og funksjoner som blir brukt på Facebook? Hvilke fag har flest Facebook-venner?

Som nevnt antyder Gripsrud, Hovden og Moe noen forskjeller i studenters bruk av sosiale medier (Ibid). Jeg vil kort gjøre rede for noen tall fra deres studentundersøkelse fra 2008/09, før jeg redegjør for mine data om Facebook-bruk. Tall fra deres undersøkelse antyder noen forskjeller med tanke på blant annet kjønn og variasjoner mellom fag. Undersøkelsen deres viser at 81% av studentene ved henholdsvis UiB, NHH og HiB har en profil på et sosialt nettsted som Facebook, My Space eller lignende.¹¹ I forhold til tidsbruken er 60 % innom Facebook mellom 1-5 timer pr uke og 15 % 5 timer eller mer. Studien antyder noen kjønnsforskjeller der 84 % av de kvinnelige studentene ved UiB kontra 74 % ved HiB har profil på sosiale medier. Studien antyder også noen variasjoner mellom fag, der for eksempel jus (85% - 91%), hf-studenter (68% - 79%), lærer (84% -88%) og ingeniør (73% - 87%) har

¹¹ Tall fra Jan Fredrik Hovden, Universitetet i Bergen.

en profil/side på Facebook, My Space eller lignende, som kan antyde noen sosiale skiller mellom studentene. Noen av disse forskjellene er drøftet i Gripsrud (2010).

Før jeg kommer inn på analysen av den generelle bruken på Facebook, kan en merke seg at funnene i min analyse baserer seg på at respondentene av undersøkelsen har en Facebook-profil, og det er naturlig å tenke seg at de studentene som har valgt å besvare den har et forhold til bruk av Facebook. Det skal samtidig nevnes at for de fleste fagene er det snakk om nokså små tall. Dette er spesielt problematisk i forhold til menn på nordisk/litteraturvitenskap og allmennlærer (jfr. tabell 4). Jeg har i den videre analysen valgt å kommentere kjønnsforskjellene på disse fagene i noe mindre grad.

Jeg vil videre redegjøre for de forskjellene som eksisterer innad i faggruppene når det gjelder den generelle bruken av Facebook. Tabellen under viser en oversikt over noen sentrale aspekter ved den generelle bruk på Facebook fordelt på studieretning og kjønn:

Tabell 6: Oversikt over noen aspekter ved generell bruk av Facebook etter fag og kjønn. Prosent.

	--- NordLit --		----- Jus -----		--- Alm.lærer --		-- Ing. --		Total
	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	
N=	8	36	86	162	8	47	30	14	391
Har en FB-profil	75	97	98	99	100	100	93	100	98
Har vært mellom 0-1 år på FB	0	0	2	1	0	0	0	8	1
Har vært mellom 2-3 år på FB	33	24	17	10	13	13	20	8	14
Har vært 4 år eller mer på FB	67	76	81	89	88	88	80	85	85
Er aktivt inne på Facebook under 15 min hver dag	50	25	15	8	50	17	40	31	17
Er aktivt inne på FB mellom 16 min og 1 t	25	47	41	36	38	38	44	23	38
Er aktivt inne på FB mellom 1-3 t hver dag	0	25	43	46	13	36	12	46	39
Er aktivt inne på FB 3t eller mer	25	3	1	10	0	9	4	0	6
Har under 100 venner på FB	33	3	3	1	0	0	4	0	2
Har mellom 100-300 venner på FB	67	52	25	17	29	24	48	33	26
Flere enn 300 venner på Facebook	0	45	72	83	57	76	48	67	72

4.2.1 Tidsbruk

Flesteparten av respondentene mine har en Facebook-profil. Som tidligere nevnt er det ikke overraskende med tanke på at undersøkelsen nok tiltrekker seg studenter som bruker Facebook relativt ofte. Antall år studentene har vært på Facebook synes å fordele seg nokså likt i de fire faggruppene. 85 % har hatt profil inne på Facebook i mer enn fire år. Likevel skiller jus og allmennlærer seg fra de to resterende gruppene. Av disse to gruppene har 56 %, over halvparten, vært innlogget på Facebook i 5 år. Av ingeniør og nordisk/litteraturvitenskap har 34 % vært der like lenge.

Særlig jusstudentene er aktive på Facebook og bruker i større grad lenger tid på Facebook. 46 % av kvinnene her er aktivt inne mer enn en time hver dag. Det er også nokså mange av denne gruppen som er aktive i 3 timer eller mer, dette gjelder for 10 % av kvinnene. Det kan også nevnes at 51 % av jus-studentene oppgir at det hender de er bekymret over hvor mye tid de bruker på Facebook. Jus-studentene er også den faggruppen der flest har sagt seg enig i påstanden «Jeg synes det hadde vært vanskelig å IKKE skulle logge meg på Facebook på en hel uke». 66%, to tredeler, av studentene gjelder dette for. Noe som er vesentlig høyere enn for eksempel ingeniørene der kun 33 % er enig i samme påstand. Også studentene på ingeniør og allmennlærer synes å bruke mye tid på Facebook. 33 % av allmennlærerne og 24 % av ingeniørene er aktive mellom 1-3 timer pr. dag. 37 % av ingeniørene bruker derimot 15 min eller mindre på Facebook en vanlig dag. For nordisk/litteraturvitenskap er andelen 22 % som er aktive mellom 1-3 timer hver dag. Det kan, ut i fra tabellen, virke som om kvinner bruker vesentlig lenger tid på Facebook enn menn. De som imidlertid bruker minst tid på sin Facebook-bruk kan synes å være studentene på ingeniør. Samlet sett er 24 % av studentene her aktive mellom 1-3 timer, mens nærmere 37 % er aktive inne på Facebook i mindre enn 15 min (tabellvedlegg 5.4). Dette er interessante nyanser, da allmennlærere og nordisk synes å bruke Facebook oftere enn ingeniørene. Som kjønnsfordelingen viser (tabell 4) kan det tyde på at tidsbruken på Facebook varierer veldig mellom kvinnene og mennene, der mennene bruker mindre tid.

4.2.2 Facebook-venner

Antall registrerte venner på Facebook er noe varierende. 72 % av alle studentene i utvalget har 300 venner eller mer. Men det er jus-studentene som har flest antall venner, der 83 % av de kvinnelige studentene har 300 venner eller mer. Også en stor andel av studentene på

allmennlærer har over 300 venner, mens studentene på nordisk/litteraturvitenskap er den gruppen med mindre antall venner. 53 % av studentene her har likevel mellom 100 og 300 venner. Det kan også nevnes at jus er det studiet der flest studenter (22 %) har over 600 venner eller mer. Det er i utvalget svært få av studentene som har færre enn 100 Facebook-venner. Det er for eksempel ingen av allmennlærerne som oppgir å ha færre enn 150 venner. Kun 4 % av jus-studentene sier det samme, mens for nordisk litteraturvitenskap sier 12 % at de har det samme. Det er samlet sett nærmere halvparten, 48 %, som har mellom 250 og 450 venner.

De kvinnelige studentene fremstår å være underrepresenterte i gruppene som har færrest venner på Facebook. 31 % av kvinnene har mellom 400 og 600 venner, mens 23 % av mennene har det samme. I det sjiktet med færre venner, 0-300 venner, angår det 36 % av mennene og 25 % av kvinnene.

4.2.3 Bruk av funksjoner på Facebook

Den generelle bruken på Facebook kan defineres på ulike måter. Andre eksempler på det jeg vil anse som generell bruk er hvilke typer aktiviteter man bedriver på nettstedet og med hvilken hyppighet. Tabell 7 viser oversikt over en del funksjoner og viser andelen som bruker funksjonene minst ukentlig eller oftere.

Tabell 7: Oversikt over Facebook-funksjoner studenter bruker ukentlig eller oftere, etter fag og kjønn. Prosent

UKENTLIG ELLER OFTERE	NORDISK/LITT		JUS		ALLMENNLÆRER		INGENIØR		Total
	Man	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	
N=	8	36	86	162	8	47	30	14	391
Se på andres bilder	60	85	86	91	62	83	81	85	86
Sende melding (via Facebook)	80	79	86	91	88	74	77	77	85
Chatte (via Facebook)	80	76	81	83	62	74	88	77	80
Trykke delta på event	40	52	62	72	38	38	27	38	58
Godta en venneforespørsel	20	24	43	33	12	11	31	15	30
Slette/blokkere en Facebook-venn	0	3	5	5	0	0	8	0	4
Oppdatere det jeg liker på egen profil	20	3	4	1	25	0	8	0	3
Skrive notater	20	0	1	1	0	0	4	0	1

En av de mest brukte funksjonene er å *sende privat melding via Facebook*. 85 % av alle studentene gjør dette ukentlig eller oftere. Kun det å *se på andres bilder* er en aktivitet som

blir gjort hyppigere med 86 %. Det at bilder en sentral del av studentenes Facebook-bruk, kommer jeg tilbake til senere i kapittelet.

Jus-studentene er de studentene som ligger noe over de andre fagene når det gjelder å sende slike meldinger. Det er også de kvinnelige studentene som oftere sender melding enn mennene, noe som også gjelder for flere av funksjonene. Jus er i tillegg det faget der flest sender melding daglig (47 %) (tabellvedlegg 5.5). Til sammenligning gjelder dette for mellom 24% og 34 % på de andre fagene. Som det fremkommer av tabell 7 er andre aktiviteter som har stor popularitet å *chatte* og *trykke delta på event*. Også disse aktivitetene er noe jus-studentene bedriver oftere enn de andre studentene. Det kan nevnes at denne studentgruppen oftere godtar en venneforespørsel enn de andre gruppene (tabellvedlegg 5.5). 36 % av studentene her foretar seg det ukentlig eller oftere, mot eksempelvis 11 % på allmennlærer. En kan tenke seg at dette kan ha sammenheng med at studentene på jus har et større nettverk og et større antall venner enn de andre fagene. Å chatte er noe studentene på allmennlærer gjør noe sjeldnere enn de andre fagene, også når det gjelder det å trykke delta på event. I forhold til kjønnsforskjeller er det noen av aktivitetene kvinnene gjør oftere enn mennene. Dette gjelder blant annet å *se på andres bilder* og *trykke delta på event*. Chat er imidlertid en aktivitet ca 80 % av begge kjønn gjør ukentlig eller oftere.

De mindre brukte funksjonene, jfr. tabell 7, er å *slette/blokkere en FB-venn*, *oppdatere det jeg liker på egen profil* og *skrive notater*. Sistnevnte aktivitet er det kun 1 % som bruker hyppigere enn ukentlig sammenlagt. Det er tydelig at det å oppdatere det en liker på egen profil er flere menn enn kvinner som er opptatt av, noe som gjelder alle fag. Det er imidlertid kun 3 % av alle respondentene som sier at de oppdaterer denne informasjonen. Når det gjelder å godta en FB-venn er også denne aktiviteten noe mennene gjør noe oftere enn kvinner. 37 % av de mannlige studentene gjør dette ukentlig eller oftere, til sammenlikning gjør 27 % av kvinnene det like ofte.

4.2.4 Deltakelse på Facebook

Tabell 8 viser en oversikt over grad av deltakelse på Facebook, der Facebook kan bli sett på som en møteplass eller arena for deltakelse i den digitale offentligheten. På lik linje med andre sosiale nettverk, blogger og diskusjonsforum, kan en tenke seg at Facebook har en sentral rolle i det offentlige ordskifte på nettet. Som nevnt i teorikapittelet, kan deltakelsen på

Facebook samtidig bli sett på som et sted der det foregår smakskamper og der forskjellige klasser kjemper om status, og om makt og innflytelse. Jeg har valgt å dele inn tabellen på følgende måte fordi jeg anser disse aktivitetene som en form for aktiv deltakelse på Facebook der en samhandler med en eller flere andre. Tabellen viser hyppigheten av aktivitetene i form av ukentlig eller oftere.

Tabell 8: Grad av aktiv deltakelse på Facebook, ukentlig eller oftere, etter fag og kjønn. Prosent.

UKENTLIG ELLER OFTERE	NORDISK/LITT		JUS		ALLMENNLÆRER		INGENIØR		Total
	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	
N=	8	36	86	162	8	47	30	14	391
Kommentere venners statuser	80	67	66	77	75	62	58	54	69
Delta/disk./kommentere i grupper	0	33	62	46	62	38	50	38	47
Skrive på venners vegg/timeline	20	39	47	50	38	36	27	46	44
Skrive egen statusoppdatering	40	36	32	38	38	34	15	23	34
Sette en link på andres vegg	0	24	35	29	38	17	38	15	28
Kommentere egen statusoppdatering	40	21	21	26	12	17	15	8	22
Legge ut linker til artikler/ Videoer	40	21	22	14	25	13	19	8	17

Tabellen ovenfor viser flere aspekter som kan si noe om hvem er aktive og samfunnsengasjerte. Etter det å *kommentere venners statuser* er det å delta og diskutere i grupper noe 47 % av studentene gjør oftest. *Grupper* på Facebook er tvetydig og kan for eksempel henvise til åpne eller lukkede grupper av en sosial karakter, der en kan diskutere alt fra studentrelaterte tema til sosiale arrangement. Det kan være organisatoriske grupper og vennsgrupper, og grupper der mer samfunnsrelaterte tema er åpne for alle og enhver til å delta i. Det som undersøkelsen imidlertid antyder er at mannlige studenter oftere er aktive når det gjelder å delta og diskutere i grupper, ukentlig eller oftere. Nærmere 16 prosentpoeng skiller kvinnene og mennene på jus, 24 % på allmennlærer, 12 % på ingeniør. Nordisk/litteraturvitenskap er det eneste faget der kvinnene fremstår å delta oftere i slike grupper enn mennene på faget, med 33 %. Denne kjønnsforskjellen synes samtidig å gjøre seg gjeldende i forhold til å legge ut linker til artikler og videoer.

Ser en videre på de faglige forskjellene er det også her jus-studenter som er mest aktive, 53 % av alle studentene hver diskuterer i grupper ukentlig eller oftere. Ingeniør og allmennlærer noe lavere med henholdsvis 46 % og 43 %. På nordisk/litteraturvitenskap er 30 % av studentene deltakende i grupper like ofte. Hele 23 % skiller dermed jus-studentene og studentene på nordisk/litteraturvitenskap. Også når det kommer til å publisere linker til

artikler og videoer på egen vegg, er det de mannlige studentene som er mest aktive. Å sette en link på *andres* vegg samt å legge ut linker til artikler og videoer på *egen* vegg er aktiviteter som av henholdsvis 28 % og 17 % blir gjort ukentlig eller oftere samlet sett. Nordisk/litteraturvitenskap er mer aktive enn de andre i forbindelse med å sette en link på egen vegg, 24 % av alle på faget legger ut linker ukentlig. Til sammenligning skjer dette like ofte for 17 % på jus, 15 % på allmennlærer og 16 % på ingeniør. Av de som holder seg mer tause på Facebook, kan det se ut til at allmennlærer og ingeniør ikke er like aktive som de andre fagene når det kommer til å kommentere egen statusoppdatering. Ved å kommentere egen statusoppdatering holder man i så måte samtalen gående ved at en kan oppmuntre til videre diskusjon. Jus og nordisk/litteraturvitenskap er her mer aktive. Også når det gjelder å kommentere venners statuser er studentene ved nordisk/litteraturvitenskap aktive, nærmere 10 % flere ved disse to fagene kommenterer sine venners statusoppdateringer like ofte.

Ser en dette i et offentlighetsperspektiv kan en trekke paralleller til Habermas og offentlighetsteori. Som nevnt i teorikapittelet definerer Habermas den borgerlige offentlige sfære som «[...] the sphere of private people coming together as a public [...]» (Habermas [1962] 2002b: 27). Altså en sfære der privatmennesker samles som en del av en offentlighet. Det å diskutere temaer på Facebook kan kanskje si noe om engasjement i offentligheten. Er man eksempelvis aktiv i politiske eller organisatoriske grupper, kan det man diskuterer si noe om samfunnsengasjement. Det å kommentere statusoppdateringer til offentlige personer eller legge ut linker til nyhetsartikler er andre eksempler. Sett ut i fra tabell 8, er det tjenester og funksjoner der som kan representere ulike former for deltakelse i offentligheten. Det å dele linker på både egen og andres vegg på Facebook, diskutere i grupper, skrive og kommentere statusoppdateringer regelmessig er alle eksempler på det. Bjarki Valtysson (2012) omtaler Facebook som en digital offentlig sfære i lys av Habermas sine teorier. Nettopp på grunn av Facebooks størrelse og omfang, samt bruk og deltakelse av mediet trekker han en parallell til Habermas og offentlighetsteori. Han understreker imidlertid at Facebook sine personverninnstillinger for hva som er *privat* og hva som er *offentlig* er et premiss for den endrede offentlige sfæren som Facebook er en del av.

Andre aktiviteter som har stor popularitet, og som følger like etter, er å *sende melding*, *chatte* og *kommentere andres statusoppdateringer*. Også det å skrive egen statusoppdatering er en aktivitet som ligger relativt høyt på lista. Samlet sett ligger fagene relativt jevnt. Ingeniørene

skriver derimot egne statusoppdateringer sjeldnere enn de andre. Kun 19 % av ingeniørene svarer at de gjør dette ukentlig eller oftere.

Til nå har jeg gjort rede for de faglige forskjellene som eksisterer når det gjelder den *generelle bruken* av Facebook. Jeg har undersøkt forskjeller som kan relateres til tidsbruk, Facebook-venner, funksjoner og deltakelse. Det er noen hovedskiller som gjør seg gjeldende og som jeg vil kommentere i det følgende avsnittet.

Det kan tyde på at jus-studentene er de studentene som skiller seg ut både når det gjelder tidsbruk og antall venner. De bruker mest tid inne på Facebook, og 10 % av de kvinnelige studentene er aktive i mer enn 3 timer eller mer. Jus-studentene er også de studentene som er mer aktive når det gjelder å sende meldinger og se på andres bilder. Studentene på ingeniør og allmennlærer er også relativt aktive på Facebook i forhold til tidsbruk, men det synes å være den kvinnelige delen som bruker mest tid på det. Studentene her har noe færre venner enn jus-studentene, samtidig som ingeniørene er en av gruppene som bruker mindre tid inne på Facebook. Studentene på nordisk/litteraturvitenskap synes å være den gruppen med færrest Facebook-venner. Det er også denne gruppen som bruker noe mindre tid på Facebook. 28 % av studentene her er i gjennomsnitt inne på Facebook i 15 min eller mindre på en vanlig dag. For ingeniørene omfatter dette 37 % av studentene, og er de som bruker minst tid. De tydeligste *kjønnsforskjellene* kommer til syne i forbindelse med tidsbruk og antall venner. Her er det de kvinnelige studentene som ligger et godt stykke over den mannlige delen av respondentene. De kvinnelige studentene synes også å ha flere Facebook-venner enn de mannlige. Kjønnsforskjellene ser for øvrig også ut til å gjøre seg gjeldende når det kommer til aktiviteter som *å se på andres bilder og trykke delta på event*, der den kvinnelige delen igjen gjør dette i noe hyppigere grad. Det *å delta/diskutere/kommentere i grupper og legge ut linker til artikler* er imidlertid aktiviteter der den mannlige delen av studentene gjør dette oftere.

Som det fremkommer av henholdsvis tabell 7 og 8 er bilder og statusoppdateringer på Facebook populære aspekter ved Facebook-bruken, og som alle faggruppene bruker mye tid på. Basert på den foregående diskusjonen, i tillegg til at disse aktivitetene på mange måter reflekterer en form for selvrepresentasjon, er dette forhold ved Facebook-bruk jeg har valgt å fokusere på i den videre i analysen, i et forsøk på å observere noen forskjeller mellom studentene og deres ulike sosiale utgangspunkt.

4.3 Statusoppdateringer

I min undersøkelse kommer det tydelig frem at både bilder og statusoppdateringer er noe respondentene er opptatt av og bruker mye av sin tid på når de er innlogget på Facebook. I en tid der sosiale medier har en relativt sentral plass i kommunikasjonen på digitale plattformer, er disse aspektene interessante på ulike måter. Et sentralt aspekt er at bilder og statusoppdateringer er sider ved mediebruken som kan si noe om ulike former for selvrepresentasjon (jfr. Goffman). Statusoppdateringer er på mange måter en form for selvrepresentasjon i digital form. Å oppdatere status på Facebook kan sees på som deltakelse og presentasjon i den digitale offentligheten, på lik linje med kronikker og debattinnlegg i nettaviser. På Facebook kan man ytre meninger i form av å skrive egne og kommentere andres statusoppdateringer, publisere linker til eksempelvis artikler og videoer. Habermas hevder at «omstillingen fra bøker og aviser til tv og internett har ført til en enorm utvidelse av medieoffentligheten og en fortetning av kommunikasjonsnettverkene»¹². Han mener at fremveksten og bruken av internett har ført til at kommunikasjonssammenhengene både har blitt utvidet og fragmentert. Som Meyrowitz (1994) redegjør for i forbindelse med endringen av mediasamfunnet kan en tenke seg slike prosesser i stor grad skjer på *makronivå*. Det er dette nivået det stilles spørsmål til hvordan sosiale interaksjoner og strukturer påvirkes i forbindelse med innføring av et nytt medium. Facebook kan sies å være et slikt nytt medium der de sosiale interaksjonene har blitt og stadig blir påvirket. Ved at Facebook kan innta en rolle som kommunikasjonsarena for offentlig samtale, gjør det til et interessant aspekt i forhold til endringen i medie- og kommunikasjonssamfunnet.

Status-feltet på Facebook er et tekstfelt der en i utgangspunktet deler tekstlige statusoppdateringer. Det er også et felt som brukes til bilder, linker og videoer. På den engelske versjonen av Facebook står det «What's on your mind?»¹³. Det er derfor opp til brukerne selv hva de velger å publisere her. For å få en liten oversikt over hyppigheten i å skrive statusoppdateringer, viser tabellen under hvordan resultatene fordelte seg både kjønnsmessig og på hvert enkelt studie:

¹² Kronikk av Habermas i Morgenbladet, 2. juni 2006.

¹³ Den opprinnelige statuslinjen sa: «*Username is...*» der brukerne skulle fylle inn resten. I 2007 ble imidlertid denne fjernet, og erstattet med spørsmålet «What are you doing right now?». I mars 2009 ble denne strofen erstattet med det nåværende spørsmålet «What's on your mind?» (Quora 2012). <http://www.quora.com/Facebook-Status-Updates/When-did-Facebook-switch-to-Whats-on-your-mind-as-a-status-text-prompt-What-was-it-before> (23.10.2012)

Tabell 9: Hyppighet av statusoppdateringer etter fag og kjønn. Prosent.

Hva studerer du og er du mann eller kvinne?								
Skrive egen statusoppdatering	--- NordLit --		---- Jus ----		--- Almlær ---		---- Ing. ----	
	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne

N=	8	36	86	162	8	47	30	14
Flere ganger om dagen				1				
Ca en gang hver dag	0	0	4	3	0	2	4	0
Aldri	20	3	11	7	0	4	12	0
Sjeldnere	0	9	29	32	37	21	19	39
Ukentlig	40	36	29	34	38	32	11	23
Månedlig	40	52	27	23	25	41	54	38

Slik det fremkommer av tabell 9 er det få studenter som skriver statusoppdateringer så ofte som en til flere ganger om dagen. Det er kun en liten andel av de kvinnelige jus-studentene som gjør dette. Av alle studentene er det også en prosentandel på 7 % som aldri skriver statusoppdateringer i det hele tatt (tabellvedlegg 5.5) Det kan virke som at statusoppdateringer er noe studentene oppdaterer i gjennomsnitt ukentlig eller månedlig. Studentene på nordisk/litteraturvitenskap og ingeniør skriver i større grad månedlige statusoppdateringer. Jus og allmennlærer skriver i større grad ukentlig eller oftere. Det er også flere her som hevder de skriver statusoppdateringer sjeldnere enn månedlig. Ser en hyppighet i statusoppdateringer i sammenheng med hva som blir lagt ut, jfr tabell 8, er det noen forskjeller mellom gruppene. For det første hevder 24 % av alle på nordisk/litteraturvitenskap at de legger ut ukentlige linker på egen vegg (tabellvedlegg 5.5). 37 % har imidlertid svart at de skriver statusoppdateringer like ofte, noe som igjen kan bety at linker er en viktig del av statusoppdateringene til denne gruppen rent innholdsmessig. Hva slags type linker man henviser til, er noe undersøkelsen min ikke har fokusert på i særlig grad, da svaralternativet lyder «Legge ut linker til artikler/videoer på egen vegg/timeline». I det videre vil jeg gjøre rede for eksempler på statusoppdateringer som respondentene både føler seg komfortabel med å legge ut og ikke.

Tabellen nedenfor gir en oversikt over fiktive statusoppdateringer som studentene skulle ta stilling til og besvare hvorvidt de kunne skrevet en liknende status selv. Tabellen viser prosentvis hvilke statusoppdateringer som studentene har svart «Ja, absolutt» eller «Ja, kanskje».

Tabell 10: Holdninger til oppgitte statusoppdateringer, % ja, absolutt og % kanskje, etter fag og kjønn. Prosent

* JA, ABSOLUTT/KANSKJE*																	
	NordLit Man		NordLit Kvi		Jus Mann		Jus Kvinne		Almlær Mann		Almlær Kvin		Ing. Mann		Ing. Kvinne		Total
N=	8	36	86	162	8	47	30	14	391								
Stikker en tur til NYC	25	81	72	83	62	81	80	77	79								
På toppen av Galdhøpiggen	25	62	71	70	50	74	64	69	68								
3 eksamner down one to go	25	66	62	66	62	77	84	77	68								
Feriemodus på Kreta	25	59	64	62	50	74	72	69	64								
Takk for en super kveld med venner	0	69	45	61	50	81	40	77	59								
Hvitvin i glasset og sol	25	59	54	49	38	51	40	38	50								
Checked in at..	25	44	36	40	12	36	20	23	36								
Har verdens beste kjaereste	25	34	22	30	25	38	44	54	32								
Ligger hjemme med influensa	0	47	23	36	12	34	16	31	31								
Da var leil. Vasket og rundstykkene i ovnen	0	31	19	25	38	34	32	46	27								
Noen som skal ut ikveld?	25	16	29	18	0	17	28	8	20								
Fikk A på eksamen	25	22	20	10	25	32	36	15	19								
Parteeev	0	22	17	17	12	23	12	15	18								
Tjuetusen igjen på skatten	0	3	25	13	12	13	12	8	14								
Kjøttkaker til middag	0	22	12	11	12	15	16	15	13								
Hva skal jeg ha til middag?	0	12	10	11	0	23	16	8	12								
Fæen	25	12	10	9	12	4	12	15	10								
Hodepine og spybotte i dag	0	9	3	2	12	2	8	0	4								
Strøk på eksamen	0	6	4	4	0	0	4	0	3								
Er i dårlig humør	0	3	1	4	0	2	0	0	2								
Kjærlighetssorg	0	0	0	1	0	0	0	0	0								
Trykk liker så skriver jeg noe fint om deg	0	0	0	1	0	0	0	0	0								
Slutt med typen/dama	0	0	0	0	0	0	0	0	0								

Som tabellen viser er det enkelte statusoppdateringer få av studentene kunne tenke seg å skrive selv. De aller fleste av disse statusene har temaer som konnoterer noe negativt. «*Slutt med typen/dama*», «*Kjærlighetssorg*», «*Dårlig humør*», «*Strøk på eksamen!*» er eksempler på det. Enkelte av disse statusene oppmuntrer samtidig til medfølelse eller at det er et ønske fra avsenderen om å få sympati eller oppmerksomhet. De statusene som flest studenter har besvart at de hypotetisk sett kunne ha skrevet omhandler gjerne turer, ferier og opplevelser, de konnoterer noe positivt. «*Stikker en tur til NYC!*», «*På toppen av Galdhøpiggen!*», «*3 eksamner down, 1 to go*», «*26 grader i vannet, skyfri himmel, feriemodus på Kreta!*», «*Takk for en super kveld med gode venner i går*». De oppmuntrer også til respons i form av oppmerksomhet, men om mulig også et aspekt av misunnelse. Sett i forhold til Goffmans syn på backstage og frontstage (Goffman, 1975), er det mulig å se en sammenheng med hva en ønsker å fremheve ved en selv. Statusoppdateringer kan på sett og vis sees som en form for oppførsel *frontstage* der en «opptrer» for sitt publikum. Samtidig er statusoppdateringer også en form for det Meyrowitz omtaler som *middle region behaviour* (Meyrowitz, 1985: 47). Denne oppførselen som oppstår, der skillene mellom *frontstage* og *backstage* er visket ut, lar «publikum» få et sideblikk på begge arenaer samtidig. En kan tenke seg at statusoppdateringer er uttrykk for en opptreden i den digitale sfæren, der man oppdaterer hendelser fra et *backstage*-perspektiv til sine nære venner og hendelser i et *frontstage*-perspektiv til alle venner man har på Facebook. På den måten får publikummet, eller vennene en har på Facebook, et innblikk på begge arenaer samtidig, og kanskje inntrykket av at personen bak statusoppdateringene beveger seg frem og tilbake mellom de to arenaene. Sett i

lys av Goffman, har ikke sosiale medier et tydelig bakrom og framrom, men blander disse situasjonene. Man kan skrive en statusoppdatering av en mer personlig karakter tiltenkt sine nære venner for eksempel: «Jeg er har verdens beste venner» og navnene på de det gjelder. Denne situasjonen foregår i et backstage-perspektiv. «Jeg fikk A på eksamen!» er et eksempel på en oppdatering som kan ha et frontstage-perspektiv, og vennene man har på Facebook får et innblikk i begge situasjoner.

De statusoppdateringene som konnoterer noe positivt i form av noe en har oppnådd eller opplevd ligger øverst i tabellen. Av de statusoppdateringene som konnoterer noe negativt ligger de fleste i den nederste delen av tabellen. Å skrive statusoppdateringer på Facebook kan ses på en form for selvrepresentasjon, der det en velger å oppdatere henger sammen med hvordan en ønsker å fremstå. Bourdieu ville for øvrig sagt seg delvis enig i en slik bevisst fremtreden, da han mener at vår fremtreden også er ubevisst, som et resultat av disposisjoner. Som det fremkommer av tabellen er det tydelig at statusoppdateringer som henger sammen med negative opplevelser er noe de færreste ønsker å publisere på egen Facebook-profil, og at det er de statusene som har sammenheng med noe positivt som er mer brukt.

Jeg vil i det følgende avsnitt gå nærmere inn på det enkelte studie og si noe om hva som kjennetegner studentenes aktivitet knyttet til statusoppdateringer. Utgangspunktet for denne delen av analysen er sistnevnte tabell 10, samt tabell 11 nedenfor, som gir en oversikt over hvordan statusoppdateringer sier noe om hvordan en ønsker å fremstå.

Tabell 11: Typer av statusoppdateringer man skriver svært/nokså ofte, etter fag og kjønn. Prosent.

N=	Nordisk/Litt.		Jus		Alm.lærer		Ingeniør		Total
	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	
	8	36	86	162	8	47	30	14	391
Forsøker svært/nokså ofte å skrive en statusoppdatering:									
Som innbyr til diskusjon	25	34	35	16	36	15	17	8	22
For å få oppmerksomhet	25	34	34	39	25	23	20	31	33
Som er rel. til nyhetsbildet	0	47	42	22	50	11	28	8	28
Som er morsom	75	78	58	62	50	54	60	54	61
Som viser at jeg er smart/oppegående	25	41	38	31	13	26	24	8	31

4.3.1 Nordisk/litteraturvitenskap

Studenter ved nordisk og litteraturvitenskap er en gruppe som er relativt aktive på Facebook, og de bruker også relativt mye tid inne på nettsamfunnet. Når det gjelder statusoppdateringer er at svært mange skriver egne statusoppdateringer relativt ofte. 87 % svarer at de skriver egen statusoppdatering ukentlig eller månedlig, jfr tabell 9. Dette er relativt høyt sammenlignet med de andre faggruppene for eksempel rettsvitenskap der 61% skriver statusoppdateringer ukentlig (inkludert daglig) og månedlig. Det må imidlertid nevnes her at ingen ved nordisk eller litteraturvitenskap oppgir at de skriver daglige statusoppdateringer. I forhold til det å legge ut linker som egen statusoppdatering, er studentgruppen på nordisk de som er mest ivrig på dette.

Svært mange i denne gruppen kommenterer også egen statusoppdatering (66 %). Det er imidlertid ingen som kommenterer egen statusoppdatering daglig. Til gjengjeld er de svært aktive i å kommentere sine Facebook-venners statuser, 70 % gjør dette ukentlig eller daglig. Som det fremkommer av tabell 8 er det å kommentere venners statuser vel så viktig for studentene som det er å kommentere sin egen. Det er samtidig noe de gjør svært hyppig.

Når det gjelder statusoppdateringenes form kan det være ulike aspekter som ligger til grunn. Tabell 11 illustrerer i hvilken grad studentene på nordisk/litteraturvitenskap vurderer hvilken type statusoppdatering de skal skrive, og hvordan de ønsker å fremstå. Det er tydelig at det å være morsom er noe størsteparten av studentene ofte forsøker å være gjennom statusoppdateringene sine, det gjelder også for studentene her. Å skrive statusoppdateringer for å fremstå som smart eller oppegående er det også mange som hevder at de gjør. Det er kjønnsmessig en relativt stor forskjell på de mannlige og de kvinnelige studentenes statusoppdateringer. Det er flere kvinner enn menn som bevisst velger å opptre på ulike måter i utformingen av sine statusoppdateringer. Det siste aspektet, det å være smart eller oppegående, er det for eksempel en forskjell på 16 % mellom menn og kvinner. Mens denne studentgruppen for øvrig i større grad enn de andre fagene, med 39 %, prøver å skrive statusoppdatering av en slik karakter. Sammenliknet med ingeniør der kun 18 % gjør det samme. Det er ingen menn på nordisk, av de som har besvart undersøkelsen, som svært ofte eller nokså ofte skriver statusoppdateringer som er relatert til nyhetsbildet, mens for kvinnene gjelder dette for 47 %. De mannlige studentene hevder imidlertid at de i like stor grad skriver statusoppdateringer for å få oppmerksomhet som at de skal innby til diskusjon, 25 % av de forsøker å skrive slike statuser svært eller nokså ofte. Sammenliknet med ønsket om å fremstå

som morsom, som 78 % er opptatt av, hentyder innholdet i statusoppdateringene at de på lik linje med de andre gruppene ønsker å lage positive statusoppdateringer. Andelen på 10 % av alle respondentene av undersøkelsen som har svart at de kunne ha skrevet en statusoppdatering med ordlyden «*Faen!*», er nordisk/litteraturvitenskap en gruppe der 8 % med stor sannsynlighet hevder at de kunne ha skrevet en slik status. Tatt i betraktning av at de er svært opptatt av å være morsomme, kan denne statusoppdateringen ha blitt oppfattet mer som en morsomhet enn som en bemerkning om hvordan en har det. Dette kan gjelde også de andre eksemplene som for eksempel «*Kjøttkaker til middag*» som 20 % hevder de kunne ha skrevet, noe som er mer enn på de andre fagene.

En statusoppdatering som skiller seg ut fra de andre og som kun 3 % hevder de kunne ha skrevet er «*Fikk 20 000 kr igjen på skatten*». Det er en betydelig lavere andel her enn på de andre fagene, noe som igjen kan henge sammen med at de i mindre grad ønsker oppmerksomhet rundt sine statusoppdateringer, eller kanskje at de ser på det å få igjen penger på skatten som urealistisk.

4.3.2 Jus

Sammenlignet med studentene på nordisk og litteraturvitenskap er jus-studentene også nokså aktive på Facebook. De er imidlertid ikke like aktive på statusoppdateringenes hyppighet. 61 % skriver ukentlige eller månedlige statusoppdateringer, jfr tabell 9, her er det nokså jevnt mellom de kvinnelige og mannlige studentene. Hele 74 % kommenterer venners statuser ukentlig eller oftere, og det kan virke som om studentene på jus er mer aktive på sine FB-venners profiler enn sin egen. Det er imidlertid flere kvinner enn menn som kommenterer vennenes statusoppdateringer, jfr tabell 8. Når det gjelder det å legge ut linker på egen vegg hevder litt under halvparten av jus studentene at de gjør dette ukentlig eller månedlig (tabellvedlegg 5.5), og de mannlige studentene gjør dette i større grad enn kvinnene.

Som tabell 11 viser, og på lik linje med studentene på nordisk og litteraturvitenskap og de andre fagene for øvrig, er statusoppdateringer som er morsomme noe jus-studentene er opptatt av. Statuser som innbyr til diskusjon er mer vanlig blant de mannlige studentene, dette gjelder også for statuser som viser at en er smart eller oppegående. 37% sier de skriver statusoppdateringer for å få oppmerksomhet, og det er ingen tydelig kjønnsforskjell her.

Studentene på jus er i mye høyere grad opptatt av å få oppmerksomhet enn å skrive statusoppdateringer som innbyr til diskusjon. En andel på 29 % hevder de skriver statusoppdateringene som er relatert til nyhetsbildet, noe som igjen er markant lavere enn studentene på nordisk/litteraturvitenskap.

Når det gjelder statusoppdateringenes innhold skriver også studentene her i større grad enn de andre studentgruppene statusoppdateringer som konnoterer noe positivt. Statusoppdateringen med ordlyden «Fikk 20 000 kr igjen på skatten» er imidlertid et eksempel på en status som studentene her i større grad sier de kunne ha skrevet. 17 % av studentene svarer dette, til sammenligning med eksempelvis 3 % på nordisk/litteraturvitenskap. Kanskje kan dette tolkes som et uttrykk for denne gruppens interesse for å få oppmerksomhet? Det kan også antyde at denne gruppen har et forhold til penger som knytter det til status.

4.3.3 Allmennlærer

Allmennlærer er som de andre fagene også svært aktive når det kommer til å oppdatere sitt statusfelt på Facebook. 73 % av alle studentene her gjør dette ukentlig eller månedlig. Det å kommentere venners statusoppdateringer er samtidig en aktivitet 64 % sier at de gjør ukentlig eller oftere, noe som er jevnt sammenlignet med de andre fagene. Som på de andre fagene fremkommer det også her at det å kommentere sine venners status er vel så viktig for studentene. Det å publisere linker på egen vegg er imidlertid noe lærerstudentene oppgir at de gjør noe sjeldnere. 36 % sier at de gjør dette ukentlig eller månedlig, noe som er lavere enn de resterende fagene. Nesten dobbelt så mange av de mannlige som de kvinnelige studentene på allmennlærer er aktive med å legge ut linker på sin egen vegg.

Å fremstå som morsom er igjen et gjennomgående aspekt også ved studentene på allmennlærer, jfr tabell 8. Litt over halvparten, 54 %, oppgir at de gjør dette svært eller nokså ofte. I fremstillingen av seg selv ligger de også noe lavere på de andre alternativene. De sier at de for øvrig like ofte skriver statusoppdateringer for å få oppmerksomhet som for å vise at de er smarte/oppegående. Dette gjelder for 24 % av studentene (tabellvedlegg 5.6) En kunne tenke seg at studentene her oftere skriver statusoppdateringer for å fremstå som smarte/oppegående enn de andre fagene, men undersøkelsen min viser heller at de er noe mer beskjedne og ligger sammen med ingeniør (18 %) noe lavere. Til tross for at studiet de går på skulle tilsi at studentene her skriver oppdateringer relatert til diskusjon og nyhetsbildet, kan

det virke som om de i mindre grad gjør dette. Å skrive statusoppdateringer som viser at de er oppdaterte på nyhetsbildet er noe kun 16 % hevder at de gjør svært eller nokså ofte, og i forhold til å innby til diskusjon hevder 18 % at de gjør dette (tabellvedlegg 5.6).

Innholdsmessig kan statusoppdateringene til lærerstudentene gi positive konnotasjoner, jfr tabell 10. Statusoppdateringer som representerer hjemlige og trygge verdier, eksempelvis «*Da var leiligheten vasket og rundstykkene i ovnen*» svarer henholdsvis allmennlærer og ingeniør noe høyere på enn de to andre fagene. 35 % av allmennlærerne kunne skrevet en liknende statusoppdatering mot 23 % på jus og 28 % på nordisk/litteraturvitenskap. Også statusen «*Takk for en super kveld med gode venner i går*» er et eksempel på en status flere enn ved de andre fagene oppgir at de kunne ha skrevet, henholdsvis 76 % mot 53 % på ingeniør. Andre eksempler på statusoppdateringer der allmennlærerne skiller seg ut er «*3 eksamner down, 1 to og*» og «*Faen!*». Førstnevnte statusoppdatering oppgir allmennlærere og ingeniører i større grad enn de andre gruppene at de kunne skrevet. Henholdsvis 75 % og 82 % svarer at de med stor sannsynlighet kunne skrevet en liknende status. Sistnevnte er imidlertid et eksempel på det motsatte, der kun 5 % sier de kunne ha skrevet en liknende status. Dette er under halvparten sammenlignet med for eksempel nordisk/litteraturvitenskap.

4.3.4 Ingeniør

67 % av ingeniørene skriver ukentlige eller månedlige statusoppdateringer, jfr tabell 9. De er ikke av de mest hyppige, av alle faggruppene er ingeniørene de som skriver statusoppdateringer mindre hyppig, kun jus-studentene skriver sjeldnere. Også ingeniørene er opptatt av å kommentere venners statusoppdateringer, men sammen med allmennlærerne er de ikke opptatt av dette i like stor grad som de andre fagene.

Ingeniørene oppgir som resten av fagene at de ofte skriver statusoppdateringer for å fremstå som morsomme. Deretter følger oppdateringer i form av å få oppmerksomhet. Her scorer de noe lavere enn de andre fagene, men likt med allmennlærer på 24 % (tabellvedlegg 5.6). De er videre noe mer opptatt av å skrive oppdateringer som er relatert til nyhetsbildet enn å skrive statuser som innbyr til diskusjon. Det skal også nevnes at ingeniørene er det faget som i minst grad føler for å skrive statusoppdateringer som viser at en er smart eller oppegående. Kun 18 % forsøker på dette svært eller nokså ofte, til sammenligning svarer 39 % av studentene på nordisk/litteraturvitenskap det samme.

Når det gjelder typer statusoppdateringer og innholdet i de skiller ingeniørene seg ut i forhold til statusoppdateringen «*Har verdens beste kjæreste!*». 48 % av ingeniørene kunne skrevet en liknende status og ligger høyere enn de øvrige fagene der eksempelvis 37 % på allmennlærer og 28 % på jus svarer det samme. Liknende statuser der ingeniørene scorer høyt er statuser som «*Fikk A på eksamen!*» og «*Da var leiligheten vasket og rundstykkene i ovnen*». På disse statusene svarer ingeniørene henholdsvis 29 % og 37 %. De svarer relativt høyt i forhold til for eksempel jus-studentene der henholdsvis 13 % og 23 % velger det samme svaralternativet. Statusen med ordlyden «*Faen*» er et annet eksempel som ingeniørene i noe større grad enn de andre fagene kunne ha skrevet. Sammen med studentene på nordisk/litteraturvitenskap svarer nærmere 13 % at de kunne ha skrevet en liknende status. Bare 5 % på allmennlærer svarer det samme.

4.4 Bildebruk

Som allerede nevnt kommer det frem i undersøkelsen min at både statusoppdateringer og bilder er aktiviteter som studenter bruker mye tid på og er svært opptatt av. Det å legge ut egne bilder, se på venners bilder og kommentere bilder er aktiviteter som synes å være svært viktig i kommunikasjonen på Facebook. Et sentralt aspekt er at bilder og statusoppdateringer er sider ved mediebruken som kan si noe om ulike former for selvrepresentasjon (jfr. Goffman). I denne delen av analysen vil jeg undersøke forskjeller i studentgruppens bildebruk og holdninger til bildepubliserings på Facebook.

Som det fremkommer av tabell 12, er det å se på andres bilder noe studentene sier de er opptatt av. Det er den aktiviteten som viser seg å være den mest populære og som studentene sier at de gjør hyppigst. 86 % av studentene på alle fag oppgir at de gjør denne aktiviteten ukentlig eller oftere. Også ingeniørene er opptatt av å se på bilder til vennene sine. Å skifte eget profilbilde og be venner fjerne ufordelaktige bilder av en selv er derimot eksempler på bildebruk der hyppigheten er mye lavere. Det skal også nevnes at profilbilder er den typen bilder de aller fleste får positive kommentarer på (tabellvedlegg 5.8). 93 % av alle studentene oppgir at de oftest får positive kommentarer på profilbildene de legger ut.

Tabell 12: Oversikt over aktiviteter knyttet til bilder studentene bedriver ukentlig eller oftere, etter fag og kjønn. Prosent.

UKENTLIG ELLER OFTERE	NORDISK/LITT		JUS		ALLMENNLERER		INGENIØR		Total
	Man	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	
N=	8	36	86	162	8	47	30	14	391
Se på andres bilder	60	85	86	91	62	83	81	85	86
Like venners profilbilder/bilder	40	52	52	61	62	47	38	54	54
Kommentere venners bilder	40	42	40	54	25	43	35	38	46
Untagge meg selv i et bilde	0	0	6	10	12	11	4	15	8
Legge ut egne bilder	0	0	6	4	38	9	0	15	6
Skifte profilbilde	0	6	1	1	0	2	4	0	2
Be venner om å fjerne ufordela	0	3	1	1	0	2	4	8	2

Bilder og bildebruk er aspekter som kan reflektere ulike former for selvrepresentasjon. Det er fritt frem hva en velger å publisere av bilder på Facebook, det virker derfor å være store forskjeller når det gjelder hva som blir ansett som akseptabelt å legge ut, eventuelt viderepublisere fra andre. Faktorer som sosial bakgrunn og studiesituasjon kan være interessante forhold som kan være med på å forklare noen av disse forskjellene. Facebook er bare et av flere sosiale medier der bilder er en vesentlig del av kommunikasjonen¹⁴. Det å ta bilder og det å bli fotografert er per i dag en aktivitet de aller fleste er kjent med og som de aller fleste gjør fra tid til annen. Kameraet er allemannseie på samme måte som tv'en og datamaskinen. Den digitale utviklingen har ført til konvergerende effekter, der grenser mellom ulike medieprodukt endres. Et eksempel på dette er mobiltelefonen som har integrerende funksjoner som telefoni, internett, lyd, og bilde. Mobiltelefonen kan også sies å ha overtatt mye av den funksjonen som det opprinnelige fotografiapparatet tidligere hadde. Det å ta bilder med mobiltelefonen og poste det til sosiale medier som Facebook, umiddelbart etter at det er blitt tatt, er blitt en vanlig medieaktivitet. Det vitner om at en kan være til stede i ulike situasjoner, som igjen kan dokumenteres med bilder. Øyeblikkene skal videreformidles til verden og til sosiale nettverk, både på nett og det virkelige liv.

I boken «Photography» (1990) redegjør Pierre Bourdieu for fotografiet som et populærkulturelt fenomen og argumenterer for de sosiale strukturene som ligger til grunn for det å fotografere.¹⁵ Bourdieu mener at de sosiale forskjellene til dels oppstår i tilknytning til

¹⁴ Applikasjonen Instagram er et annet eksempel på en kommunikasjonsplattform der bilder publiseres og offentliggjøres for venner og offentligheten.

¹⁵ For øvrig foretok Bourdieu i 1965 en større sosiologisk undersøkelse om forholdet mellom *barbarisk* og *ren smak*, der han blant annet stilte spørsmål med utgangspunkt i hvilke motiver som skal til for å kunne lage et vakkert fotografi. Eksempelene han brukte var alt fra abstrakte landskap til mer konkrete motiv som stilleben og et kålhode. Det undersøkelsen hans antyder er at jo høyere utdanning en har, jo større er tilbøyeligheten til å si

den inntekten man har, og i forhold til om man har råd til å kjøpe et kamera. Dette aspektet kan en se noenlunde bort fra i dag, da prisnivået på kameraer er noe endret. Men den sosiale funksjonen Bourdieu tillegger fotografiet, kan på mange måter knyttes til bildebruk også i dag. Han mener fotografiet først og fremst kan kjennetegnes ved nettopp de sosiale funksjonene det skaper og ivaretar. Han definerer fotografiet på følgende måte:

[...] photography is a conventional system which expresses space in terms of the laws of perspective (or rather of one perspective) and volumes and colours in terms of variations between black and white. Photography is considered to be a perfectly realistic and objective recording of the visible world because (from its origin) it has been assigned *social uses* that are held to be 'realistic' and 'objective' (Bourdieu, 1990: 73-74).

Bourdieu mener de sosiale funksjonene til fotografiet blant annet kan knyttes til familie og sosiale sammenkomster.

There are few activities which are so stereotyped and less abandoned to the anarchy of individual intentions. More than two thirds of photographers are seasonal conformists who take photographs either at family festivities or social gatherings, or during the summer holidays (Ibid: 19).

Han påpeker at “[...] it becomes clear that photographic practice only exists and subsists for most of the time by virtue of its *family function* [...]” (Ibid). Det sosiale aspektet ved bilder, å dokumentere store begivenheter i livet av og med familie, reflekteres på liknende vis i bildebruken på Facebook. Delingen av bilder har en sosial funksjon i form av at venner, familie og bekjente kan ta del i øyeblikk og opplevelser til de som er avbildet og til de som har tatt bildene. Samtidig er det mye ved bildebruken og holdninger til bilder som kan si mye om eget forhold til utlevering av seg selv og andre på Facebook,

I undersøkelsen min var jeg interessert i å få frem ulike aspekter knyttet til studentenes forhold til profilbilder og bildebruk, inkludert holdninger til hva som generelt er akseptert å publisere av bilder på nettsamfunnet. I undersøkelsen har jeg derfor stilt spørsmål ved respondentenes egen bruk av profilbilder, både når det gjelder type bilder og antall. Videre består undersøkelsen av spørsmål knyttet til generell bildebruk og hvor ofte man laster opp bildealbum. En av undersøkelsens sentrale spørsmål er knyttet til spesifikke bilder med ulike motiv, der respondentene skulle svare på hvorvidt de synes disse bildene hypotetisk sett er

at et bilde av et kålhode kan bli vakkert. (Bourdieu 1979 i Larsen 2002: 110). I følge Bourdieu vil den rene smak sette form foran innhold, mens den barbariske smak på liknende måte vil sette motivet foran form (Ibid: 126).

uproblematiske eller problematiske å legge ut av seg selv. Denne delen er inspirert av den franske undersøkelsen til Christophe Aguiton et al. (2009) der lignende bilder ble tatt i bruk. Bildene jeg brukte i min undersøkelse har jeg funnet i bildesøk på Google, og jeg har kun brukt de for å illustrere noen aktuelle typer bilder som en kan kjenne igjen på Facebook. Resultatet fra denne delen av undersøkelsen vises i tabellen under.

Tabell 13: Holdning til bildemotiv som er helt eller nokså uproblematisk å legge ut av seg selv, etter fag og kjønn. Prosent.

TYPE BILDE *HELT ELLER NOKSÅ UPROBLEMATISK*									
	NordLit Man	NordLit Kvi	Jus Mann	Jus Kvinne	Almlær Mann	Almlær Kvin	Ing. Mann	Ing. Kvinne	Total
N=	8	36	86	162	8	47	30	14	391
Festbilde	60	13	34	15	38	17	27	8	21
Festbilde med lite klær	60	47	69	38	63	26	85	38	49
Grimasebilde truttmunn	80	59	57	60	75	53	77	46	60
Spisebilde	100	69	74	67	88	66	88	50	70
Poseringsbilde med alkohol	75	78	82	84	75	79	96	77	83
Strandbilde	75	44	73	47	50	40	96	46	56
Reisebilde	100	100	100	100	88	100	100	100	100
Familiebilde oppstilt	100	78	92	92	88	89	92	100	91
Kyssebilde	100	66	76	81	63	77	96	85	79
Poseringsbilde i natur	100	97	99	99	100	100	100	100	99
Ultralydbilde	75	41	38	29	50	47	48	31	37
Rotebilde	100	59	49	49	63	47	76	54	53
Poseringsbilde modell	100	81	84	90	88	95	96	100	90

Den videre delen av kapittelet vil ta for seg temaet bildebruk. Tabell 13 og 14 vil være utgangspunktet for den videre redegjørelsen.

Tabell 14: Holdninger til bilder. Oversikt over bildemotiv en generelt mener er upassende å dele på Facebook, etter fag og kjønn. Prosent.

	Nordisk/litt.		Jus		Alm. lærer		Ingeniør		Total
	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	
N=	8	36	86	162	8	47	30	14	391
Nakenbilder	60	97	78	93	88	100	85	92	90
Bilder der en er beruset	40	59	35	48	50	45	35	54	45
Sovebilder	0	38	26	26	25	34	27	31	28
Modellbilder	40	38	16	28	50	32	8	38	26
Strand/bikini bilder	0	31	6	28	12	30	8	31	22
Bilder av en selv og barn	0	38	27	22	12	13	4	15	21
Kyss	20	25	17	23	25	26	4	23	21
Festbilder	0	19	14	19	12	26	19	31	19
Kjørestebilder	0	9	1	4	12	4	0	8	6
Annet	0	16	6	6	0	0	4	8	6
Bilde med mor/far	0	6	3	4	12	2	0	0	3
Klemming	0	6	3	2	12	0	0	0	2
Ingen bilder er upassende	0	0	4	0	0	2	4	0	1
Vet ikke	20	0	1	1	0	2	0	0	1

4.4.1 Nordisk/litteraturvitenskap

Når det gjelder bildebruk og antall profilbilder skiller ikke studenter ved nordisk og litteraturvitenskap seg noe særlig fra de andre faggruppene. Når det gjelder ytterpunktene er det en andel på 22 % som hevder at de har 5 bilder eller færre, og 8 % som har flere enn 31 profilbilder (tabellvedlegg 5.3). Det er imidlertid de kvinnelige studentene som oppgir oftere å ha mange profilbilder totalt. Studentene på nordisk/litteraturvitenskap skifter derimot ikke profilbilde oftere enn de andre studiene. 70 % av alle studentene på faget sier at de skifter profilbilde sjeldnere enn månedlig, og her ligger de jevnere med allmennlærer, men lavere enn jus og ingeniør (tabellvedlegg 5.3). Kun de kvinnelige studentene svarer at de skifter profilbilde ukentlig. Dette gjelder for 6 % av kvinnene.

Bildebruken til studenter ved litteraturvitenskap og nordisk kjennetegnes ved at de fremstår nokså tilbakeholdne i det de vil legge ut av bilder som viser familierelaterte motiv osv. Det er noen flere ved dette faget enn ved de andre fagene som mener det er svært eller nokså problematisk å legge ut et oppstilt familiebilde. 17 % av studentene her er av denne oppfatning, mens 7 % av jus-studentene mener det samme. Det bildet i undersøkelsen som studentene ved nordisk/litteraturvitenskap skiller seg ut på er «rotebildet» (spm. 20 i spørreskjema). Her svarer 62 % at det er helt eller nokså uproblematisk å legge ut et slikt bilde. Også ingeniørene sier seg oftere komfortable med å publisere dette, 67 % svarer det samme (tabellvedlegg 5.7). Kanskje er det slik at nordisk/litteraturvitenskap-studenter gjerne idylliserer og tiltrekkes av en mer kunstnerisk tilværelse, der rot og uorden kan være del av en livsstil?

Når det kommer til generelle holdninger til bildepublisering på Facebook, jfr tabell 14 (spørsmål 43 i spørreskjema), er nakenbilder av seg selv den typen bilder de aller fleste av studentene generelt synes er problematisk å publisere. Bilder der en opptrer i beruset tilstand, modellbilder og kyssebilder er andre eksempler på det. Bilder som de imidlertid oftere synes er mer uproblematisk å publisere er «bilder som viser en sammen med mor eller far», «kjærestebilder» og «bilder med klemming».

I forhold til å «unntagge»¹⁶ seg selv fra bilder oppgir 78 % av studentene på nordisk/litteraturvitenskap at grunnen knytter seg til at man ikke liker hvordan man ser ut på bildet. Andre grunner har å gjøre med at en «ser stygg ut», «viser meg beruset», «for mye nakenhet» (tabellvedlegg 5.7). De grunnene som i mindre grad kan knyttes til å unntagge seg selv handler om at man ser for ordentlig ut på bildet eller at en er avbildet med familiemedlemmer.

4.4.2 Jus

Studentene på jus har i likhet med studentene på de andre fagene mange profilbilder liggende ute. 42 % har mellom 6-15 profilbilder, mens 25 % har 16-30 bilder liggende ute. De kvinnelige studentene har flest profilbilder totalt. Å skifte profilbilder synes å være noe de færreste gjør ofte. 83 % sier de skifter profilbilde sjeldnere enn månedlig, mens bare 15 % svarer at de skifter profilbilde ukentlig eller månedlig. 99 % svarer at de ser på venners bilder månedlig, ukentlig eller daglig, og i forhold til å kommentere andres bilder like hyppig gjelder dette for 86 %. Når det gjelder å legge ut egne bilder er dette noe 25 % av studentene gjør med samme hyppighet. Det er en andel på 2 % som legger ut egne bilder en til flere ganger hver dag.

40 % av studentene fjerner navnet sitt fra bilder ukentlig eller månedlig. Dette er på nivå med allmennlærere (36 %), og klart høyere enn studenter på ingeniør. Årsakene til at jus ligger såpass høyt kan være flere, men en kan tenke seg at det florerer mer bilder i kretsene til jus-studentene enn til de andre fagene. Dette er også faget som har flest venner på Facebook, jfr tabell 6. I tillegg er dette faget i overkant mer opptatt av å se på bilder enn de andre. Grunner de har til å unntagge seg fra bilder er flere og samsvarer mye med de andre fagene, men de grunnene som i størst grad kan knyttes til dette aspektet er «ser stygg ut» og «viser meg beruset».

Jus-studentene, sammen med de andre fagene, er aller mest skeptisk til nakenbilder. 93 % av de kvinnelige, og 73 % av de mannlige studentene mener dette. Det er videre noe lavere skepsis til å publisere bilder der en er beruset og strandbilder. De bildene de mener er mer akseptert å publisere er «kjærestebilder», «bilder med mor eller far» og «klemmebilder». Når

¹⁶ Jeg refererer her til det å fjerne navnet sitt fra et bilde man er «tagget» i. Å bli «tagget» betyr at navn blir knyttet til et bilde.

det kommer til bilder de mener er uproblematisk å legge ut av en selv svarer 100% og 99% av studentene at henholdsvis *reisebilde* og *poseringsbilde i natur*. Dette er noe som er felles for alle fagene. De bildene de mener er mer problematisk å legge ut av seg selv er *festbilde* og *ultralydbilde*. Et interessant aspekt her er at alle studentene, på tvers av fagene, har større problemer med å legge ut et festbilde der en ser noe beruset ut, enn et festbilde der en er avbildet med lite klær. Bildet som kategoriseres som *festbilde* i undersøkelsen er også det bildet som studentene ser på som mest problematisk å legge ut av seg selv (spørsmål 9 i spørreskjemaet).

4.4.3 Allmennlærer

Studentene på allmennlærer har som de andre fagene en god del profilbilder liggende ute på sin profil. 42 % har mellom 6-15 profilbilder, mens 25 % har mellom 16-30 profilbilder. Det må samtidig nevnes at lærerstudentene er i flertall når det gjelder å ha over 31 profilbilder, 15 % gjelder dette for. Sammenlignet med ingeniørene der 5 % har det samme, er dette en forholdsvis stor forskjell. Å skifte profilbilde er noe 74 % av studentene gjør sjeldnere enn månedlig. 24 % skifter profilbilde ukentlig eller månedlig. 80 % av studentene her ser på venners profilbilder ukentlig eller hyppigere, 96 % ser på venners bilder ukentlig eller månedlig, 40 % en til flere ganger om dagen. Når det gjelder å kommentere venners bilder gjør 40% av studentene dette ukentlig eller oftere. 11 % liker venners bilder en til flere ganger om dagen.

I forhold til untagging av bilder er som tidligere nevnt allmennlærere, sammen med jusstudentene, de gruppene som gjør dette hyppigst. 36 % av lærer-studentene gjør dette ukentlig eller månedlig mot 40 % på jus. Sammenlignet med de andre fagene gjelder dette for 27 % på nordisk/litteraturvitenskap og 21 % på ingeniør. Grunnene til dette oppgir studentene å være først og fremst «liker ikke hvordan jeg ser ut» og «ser stygg ut». De minst brukte grunnene til å untagge seg selv i et bilde synes å være «bildet viser meg sammen med familiemedlemmer» og «jeg ser for ordentlig ut på bildet», noe som for øvrig også gjelder for de andre fagene.

26 % av alle studentene på allmennlærer sier at de legger ut egne bilder ukentlig eller månedlig. Bare 2 % av studentene sier at de legger ut bilder en eller flere ganger om dagen. Allmennlærere sier at de oftere legger ut bilder ukentlig med 13%, til sammenligning gjelder dette for 5 % på ingeniør og ingen på nordisk/litteraturvitenskap. Bildemotivene som lærer-

studentene, sammen med resten av fagene, mener er helt eller nokså uproblematisk å legge ut av seg selv, er *reisebilde* og *poseringsbilde i natur*. Bildene som studentene sier de er mindre komfortable med å legge ut av seg selv er *festbilde* og *ultralydbilde*. I forhold til generelle holdninger til bildebruk på Facebook er allmennlærere, i fellesskap med de andre fagene, mest skeptisk til publisering av nakenbilder. Videre er «bilder i beruset tilstand» og «sovebilder» eksempler på dette.

4.4.4 Ingeniør

I forhold til antall profilbilder har 49 % av studentene på ingeniør mellom 6-15 profilbilder liggende ute. 18 % av studentene har for øvrig mellom 16 og 31 profilbilder. Kun en andel på 5 % har over 31 profilbilder. Når det gjelder type profilbilder bruker ingeniørene i størst grad bilder av seg selv. 82 % av studentene oppgir at de skifter profilbilde sjeldnere enn månedlig, og flere av ingeniørene enn ved de andre fagene skifter aldri profilbilde, noe som gjelder for 8 % av de. Å se på andres bilder er imidlertid også ingeniørene opptatt av og bedriver hyppig, 82 % gjør dette ukentlig, inkludert daglig. Å kommentere venners bilder blir av 36 % gjort med samme hyppighet. 13 % av studentene oppgir at de trykker «like» på venners bilder eller profilbilder daglig. Å legge ut egne bilder er noe 28 % av ingeniørene gjør månedlig eller oftere.

Når det gjelder untagging av bilder er ingeniørene den gruppen der flest svarer at de aldri gjør dette. 21 % svarer dette. Nærmere 50 % svarer også at de aldri ber venner om å fjerne ufordelaktige bilder de er tagget i, noe som er vesentlig høyere enn alle de andre fagene. Det kan virke som om ingeniørene i så måte er den faggruppen som er mindre kritisk til hva slags type bilder en har liggende ute av en selv på Facebook. De mest brukte grunnene til å untagge seg i et bilde oppgir de å være mye av det samme som de andre fagene, som tidligere nevnt.

I forhold til generelle holdninger til bildebruk på Facebook synes ingeniørene å skille seg ut når det gjelder tilbøyeligheten til å legge ut bilder knyttet til lettkleddhet, posering og privatsfære. Det er særlig den mannlige delen av ingeniørene som i større grad mener det er uproblematisk å dele denne typen bilder. Eksempelvis er «modellbilder», «strandbilder», «bilder av en selv og barn» og «kyss» typer av bilder henholdsvis 4% og 8 % av de mannlige ingeniørene mener er upassende, noe som er lite sammenlignet med de andre fagene. Når det kommer til egen praksis og bildebruk er det også her tydelig at ingeniørene har mindre

problemer med å legge ut bilder av seg selv knyttet til lettkleddhet og posering. Det er imidlertid bilder av typen *ultralydbilde* og *festbilde* som ingeniørene i mindre grad er komfortable med å legge ut av seg selv.

4.5 Viktigheten av Facebook og autensitet

I dette avsnittet vil jeg kommentere funn relatert til holdninger knyttet til privatliv på Facebook og hvilken betydning en anser at Facebook har for en selv. I tillegg vil jeg kommentere noen funn knyttet til hvem en er komfortabel med å være venn med på FB og ikke. Til slutt vil jeg komme inn på hva studentene oppgir om grensene mellom det private og offentlige på Facebook, jfr. Valtysson, der spørsmålene om grensesetting i forhold til det en poster på Facebook vil være aktuelt. Som en videreføring av dette er det avsluttende tema knyttet til autensitet på Facebook, og hvordan en ønsker å fremstå for sitt «publikum».

Når det gjelder betydningen av Facebook har 92 % av alle respondentene svart at for dem er Facebook et redskap til informasjon og kommunikasjon med venner og bekjente. Deretter oppgir 71 % at Facebook er viktig for underholdning. Kun 8 % mener at Facebook er viktig for dem i forhold til å få seg nye venner. 30 % av studentene på alle fag oppgir at Facebook er viktig i forbindelse med å delta og følge med på aktuelle saker og nyheter, men det er jus-studentene og studentene på nordisk/litteraturvitenskap som oftere sier seg opptatt av dette. 28 % av alle sier at Facebook er viktig for å dele egne erfaringer og opplevelser, studentene på nordisk er i overvekt når det gjelder dette. Svært få bruker Facebook som blogg eller dagbok, for kun 2 % samlet sett er dette viktig, og også her sier studentene på nordisk/litteraturvitenskap seg mer opptatt av dette.

I forhold til hvem studentene er mindre komfortabel med å være Facebook-venn med enn andre er det to som skiller seg ut. 58 % av alle studentene er ikke komfortable med å være venn med sin jobb-sjef, mens 56 % er ikke komfortable med å være venn med professor eller foreleser. Allmennlærere er den gruppen der det er flere som er ukomfortable med å være venn med disse personene. Når det gjelder å være Facebook-venn med besteforeldre og mor eller far, er jus-studentene og nordisk/litteraturvitenskap-studentene mindre komfortable med dette. De personene studentene er mer komfortable med å være venn med er henholdsvis søsken og jobbkolleger. (Vedlegg 5.2). Dette er interessante forhold som kan tyde på at

allmennlærere er mer familieorientert, mens jus og nordisk/litteraturvitenskap er mer orientert mot venner i sin Facebook-bruk.

Et annet spørsmål i undersøkelsen (spørsmål 36 i spørreskjemaet) er knyttet til hvorvidt bildene en har liggende av seg selv ute på Facebook er åpne for alle ens venner¹⁷. Spørsmålet er som følger: «Av de bildene som du har liggende ute på Facebook, hvilke av disse er åpne for alle på Facebook, og ikke bare noen utvalgte venner?»¹⁸ 12 % av studentene svarte at alle bildene de har liggende ute er åpne for alle vennene sine, mens hele 55 % oppgir at ingen av bildene en har liggende ute er åpne for alle vennene. Det synes å være en andel på 33% som svarer at de fleste bilder, men ikke alle og kun noen av bildene er mulig å se for alle vennene en har.

Et annet spørsmål i undersøkelsen (spørsmål 40 i spørreskjemaet) lød «I hvilken grad er den informasjonen du legger ut om deg selv riktig/sant? (privat informasjon, fødselsdato, studiested, hjemby etc)». Her fremkommer det imidlertid at de aller fleste studentene hevder at de oppgir riktig informasjon på profilen sin og er opptatt av å fremstå som autentiske. 98 % svarer at «alt er sant/ svært mye er sant/ så å si alt er sant». Dette kan sies å samsvare med påstanden «Jeg er opptatt av at Facebook-profilen min reflekterer hvem jeg er som person». 64% sier seg litt eller svært enig i denne påstanden, der særlig studentene på nordisk/litteraturvitenskap kjenner seg enig med 72 %. For ingeniørene er imidlertid andelen noe lavere med 53 % (Vedlegg 5.9)

Jeg har nå redegjort for undersøkelsens resultater og funn, som antyder noen forskjeller mellom studentgruppene. Jeg vil i det neste kapittelet gå løs på oppgavens diskusjonsdel og drøfte hovedtrekk i funn opp mot mitt teoretiske perspektiv med særlig vekt på Bourdieuperspektivet.

¹⁷ Personverninnstillingene på Facebook gjør det mulig for en å regulere hvem som får innsyn i ens egen profil og alt man poster på Facebook. Det er mulig å ha en offentlig profil der all informasjon er offentliggjort for alle Facebook-brukere, og det er mulig å ha innstillinger som begrenser innsynet til egne Facebook-venner eller kun spesifikke venner.

¹⁸ Det er imidlertid en svakhet ved ordlyden på dette spørsmålet, slik at det lett kan misforstås. *Alle* kan her forstås som både *alle brukere av Facebook* og *alle vennene en har på Facebook*. Det er derfor godt mulig at enkelte kan ha misforstått spørsmålet og forstått det som det førstnevnte og ikke alle sine egne Facebook-venner som var den opprinnelige tanken bak spørsmålsformuleringen.

Kapittel 5 – Diskusjon

I denne masteroppgaven har jeg forsøkt å studere skiller i Bergensstudenters bruk av Facebook, henholdsvis fra fagene nordisk, litteraturvitenskap, jus, allmennlærer og ingeniør. Dette har jeg gjort ved å benytte surveymetode, i form av en websurvey, og tabellanalyse. Undersøkelsens spørsmål er i stor grad knyttet til generell bruk, holdninger, statusoppdateringer og bildebruk. Studentgruppene kan sies å representere ulike sosiale utgangspunkt og studien er et forsøk på å gjøre en mer nyansert undersøkelse av Facebook, da tidligere studier av Facebook-bruk viser seg å være mangelfulle når det kommer til fokuset på sosiale forskjeller i den faktiske bruken. I denne delen av oppgaven vil jeg først drøfte noen hovedtrekk i funnene i forrige kapittel. Avslutningsvis vil jeg peke på noen svakheter ved undersøkelsen min og si noe om muligheter for videre forskning.

5.1 Fellestrekk og ulikheter

Analysens funn antyder både noen tydelige fellestrekk og noen tydelige ulikheter i studentenes bruk av Facebook. Jeg vil først gjøre rede for de tydeligste fellestrekkene mellom faggruppene, før jeg ser på forskjellene.

For det første finner jeg at statusoppdateringer og bilder er funksjoner og aktiviteter som er svært utbredt og populært på Facebook, nokså uavhengig av studie. Ser en Facebooks blandede bruksmønster i et teoretisk perspektiv, kan statusoppdateringer og bildebruk ha elementer av *rollespillet* som Goffman og Meyrowitz drøfter. Goffmans beskrivelser av våre sosiale liv der vi spiller ulike roller i forskjellige situasjoner i form av *frontstage* og *backstage*, kan ha fellestrekk på Facebook der statusoppdateringer og bilder på hver sin måte er en del av bruken. Statusoppdateringer kan eksempelvis bli betraktet som ytringer i en situasjon frontstage, foran sine Facebook-venner, foran sitt publikum. Også det å legge ut bilder kan tenkes å ha element av en slik frontstage-situasjon, eksempelvis publisering av bilder der en vil vise frem sine fineste sider til alle vennene en har på Facebook. Samtidig kan både det å skrive statusoppdateringer og å legge ut bilder bli sett på som en oppførsel som reflekterer det livet en har backstage, i en mer uformell setting. Eksempler på dette kan være bilder og statusoppdateringer med et mer personlig preg, der behovet for å vise «fasade» kanskje er mindre. Disse rollene i ulike situasjoner har igjen kjennetegn fra det Meyrowitz omtaler som *middle region behavior*, der ens publikum får innblikk på begge arenaer, både foran og bak scenen. Dette skaper en særskilt ramme for ytringene ved at man på Facebook

må ha i minne et differensiert publikum, og slik også opptredenene sine. Kommunikasjonen på Facebook har samtidig en karakter som krever teoretiske perspektiv utover Goffman og Meyrowitz sine beskrivelser, nemlig hvordan forstå de sosiale forskjellene som finnes, gitt tilsynelatende nokså like kommunikasjonsbetingelser gitt ved mediet. Til dette har jeg valgt å ta inn perspektiv fra Pierre Bourdieu.

Andre fellestrekk jeg finner blant studentene er at de aller fleste (85%) har hatt profil på Facebook i 4 år eller mer. Mange av de vanlige aktivitetene på Facebook er også noe studentene bruker i nokså lik grad, som for eksempel å *sende meldinger* og *chatte*. Når det kommer til bilder og holdninger til bildemotiv synes de aller fleste at det generelt er problematisk å publisere nakenbilder, bilder der en opptrer i beruset tilstand, modellbilder og kyssebilder. Derimot finnes det en del interessante forskjeller.

5.2 Kjønnforskjeller

De tydeligste *kjønnforskjellene* kommer til syne i forbindelse med tidsbruk og antall venner. De kvinnelige studentene bruker jevnt over mer tid på Facebook enn mennene. De kvinnelige studentene i utvalget har også oftest flere Facebook-venner enn de mannlige. Kjønnforskjellene ser for øvrig også ut til å gjøre seg gjeldende i aktiviteter som å *se på andres bilder* og *trykke delta på event*, der kvinnene igjen gjør dette i større grad. Det å *delta/diskutere/kommentere i grupper* og *legge ut linker til artikler* er derimot aktiviteter den mannlige delen av studentene gjør oftere. Når det kommer til bildemotiv som en synes er uproblematisk å legge ut av seg selv er det tydelig at mennene har mindre motforestillinger til å legge ut bilder som er relatert til fest og alkohol, lite klær, kropp og grimaser. De bildemotivene der kjønnforskjellene er minimale er bilder som reisebilde, oppstilt familiebilde og poseringsbilde i natur. Hva forteller da disse funnene? Det kan antyde en speiling av tradisjonelle kjønnsrollemønstre. En kan dels også spore et skille mellom to forhold; sosialisering og diskusjon, og forholdet mellom familie og det å delta i offentligheten. Kvinnene er tydelig mer opptatt av å sosialisere i form av å se på og legge ut bilder, i tillegg til å ha mange venner. Den mannlige delen er imidlertid i større grad opptatt av å publisere linker og diskutere i grupper, noe som kan indikere at de i større grad er opptatt av å fremme meninger og diskutere i offentligheten. Harriet Holter hevder i sin studie av kjønnsroller at begrepet refererer til to aspekter; normer, ideologier og verdier på den ene siden og til virkelig adferd med likheter og ulikheter i fordelinger av goder på den andre siden

(Holter 1970 i Flick 1994: 81). Kjønnssroller er sosialt konstruerte og kvinnens tilskrevne rolle som barneoppdrager er en tilskrivning til *ekspressiv* adferd, mens menn er tilordnet arbeid med en *instrumentell* orientering. Instrumentelle aktiviteter kan lettere bli delegert enn ekspressive, noe som betyr at instrumentelle oppgaver oftere fører til kontroll, utvikling av autoritets-hierarkier og maktkonsentrasjon. Instrumentelle oppgaver er videre rettet mot fjerne mål, mens de ekspressive oppgavene er mål i seg selv (Holter 1970 i Flick 1994: 83).¹⁹ Michele Rosaldo hevder at nesten overalt er det slik at menn kontrollerer den «offentlige sfære», mens kvinner er knyttet til eller forvist den private sfære (Rosaldo 1974 i Hylland Eriksen 1998: 158). Antydningen om tradisjonelle kjønnssrollemønstre på Facebook kan kanskje ha sammenheng med disse mønstrene som Holter og Rosaldo beskriver. Denne oppgaven har ikke et hovedfokus på kjønnsforskjeller, men dette ville være interessant å undersøke i videre studier av sosiale medier og Facebook.

5.3 Sosialt høyt rekrutterte faggrupper

Nordisk/litteraturvitenskap

De studentene som rekrutterer høyt i det sosiale rommet, henholdsvis nordisk/litteraturvitenskap og jus, er grupper som er aktive og som bruker mer tid på Facebook enn de andre gruppene. Studentene her er også i større grad opptatt av å kommentere sine venners statusoppdateringer, noe som ikke gjør seg like gjeldende for de sosialt lavere rekrutterte faggruppene, allmennlærer og ingeniør. De bruker også Facebook mer enn de andre gruppene for å følge med på aktuelle saker og nyheter. Sett i lys av Bourdieus teorier kan en betrakte disse gruppene som rekrutterte fra maktfeltet, som er den delen av det sosiale rommet med den største mengden av kapital (Swartz 1997: 138). Studentene på nordisk/litteraturvitenskap skriver statusoppdateringer hyppigst, 87 % hevder at de gjør dette ukentlig eller månedlig.

Studentene på nordisk/litteraturvitenskap, som kan sies å ha mer arvet kulturell kapital, sier at de ofte skriver egne statusoppdateringer for å få oppmerksomhet og som innbyr til diskusjon. De er også den faggruppen som oftere enn de andre hevder å skrive statusoppdateringer der de fremstår som smarte eller oppegående. Eksempler på statusoppdateringer som skiller

¹⁹ Pierre Bourdieu har for øvrig skrevet «Den maskuline dominans» der han mener at samfunnet er preget av en mannlig dominans, som virker undertrykkende på mange kvinner og også mange menn (Bourdieu [1998] 2000).

nordisk/litteraturvitenskap fra de andre er «*Faen!*», der 13 % hevder at de med stor sannsynlighet kunne skrevet det. I forhold til bilder er det en litt større andel av studentene på nordisk/litteraturvitenskap som mener det er svært eller nokså problematisk å legge ut oppstilt familiebilde med 17 %. Hva kan disse funnene antyde? Det kan kanskje være et uttrykk for at de i større grad signaliserer vilje til å bryte familiære normer. Både det å ha større tilbøyelighet for å skrive banneord og det å ikke føle seg komfortabel med å publisere oppstilt familiebilde er kanskje noe som kan sies å bryte med det en anser som tradisjonelle normer, som er en interessant distinksjon. De har samtidig færre motforestillinger til å legge ut bilder som ikke viser en «perfekt» tilværelse som for eksempel «rotebildet» (Spørsmål 20 i spørreskjemaet). Det kan tenkes at studentene, i deres forsøk på å distingvere seg, også tiltrekkes av en friere og mer kunstnerisk livsstil, noe som ikke er helt uventet gitt at deres bakgrunn og utdanning er kulturpreget.

Jus

Studentene på jus er den gruppen der flest har 600 venner eller mer på Facebook. De skriver ikke like ofte statusoppdateringer som nordisk, 61 % gjør dette ukentlig eller månedlig. I forhold til statusoppdateringenes form er både jus og nordisk-litteraturvitenskap-studentene opptatt av å skrive statuser for å få oppmerksomhet og som innbyr til diskusjon. Denne studentgruppen, der far har betydelig mer økonomisk kapital, skriver derimot oftere statuser for å få oppmerksomhet enn statusoppdateringer som innbyr til diskusjon. De sier de sjeldnere skriver statuser med relevans til nyhetsbildet med 29 %, enn studentene på nordisk/litteraturvitenskap, der henholdsvis 42 % svarer dette.

Statusen «*Fikk 20 000 kr igjen på skatten*» hevder 17 % av jus-studentene at de kunne ha skrevet med stor sannsynlighet, mot eksempelvis bare 3 % på nordisk/litteraturvitenskap. Dette kan kanskje ha sammenheng med denne gruppens større arvede økonomiske kapital, og at de derfor er mer opptatt av tema som omhandler penger. Det kan virke som om jus-studentene er mer aktive på sine FB-venners profiler enn sin egen. Studentene på jus er også den gruppen, som sammen med allmennlærerene, hevder å untagge seg fra bilder mest hyppig. 40 % gjør dette ukentlig eller månedlig. 35 % av jus-studentene hevder videre at de bruker Facebook til nettverksbygging (tabellvedlegg 5.10). Det kan kanskje være noe av grunnen til at de har flere venner enn de resterende gruppene. I forhold til nettverksbygging og antall venner kan det også ha sammenheng med undervisningsopplegget på jus, da nærmere 60 % av

studentene samtidig hevder at Facebook er et viktig redskap i skolesammenheng (tabellvedlegg 5.10).

5.4 Sosialt lavere rekrutterte faggrupper

Allmennlærer

Når det gjelder statusoppdateringer er de studentene som rekrutterer lavere i det sosiale rommet, henholdsvis allmennlærer og ingeniør, grupper som hevder å være mindre opptatt av å skrive statusoppdateringer der de fremstår som smarte og oppegående. Det å legge ut linker på egen vegg er ikke allmennlærerstudentene opptatt av, og de gjør dette sjeldnere enn de andre gruppene. Eksempel på en statusoppdatering allmennlærerne i større grad enn de andre fagene sier at de kunne ha skrevet er «*Takk for en super kveld med gode venner i går*», der 76 % hevder at de kanskje eller absolutt kunne skrevet en slik status. Allmennlærere er videre den gruppen der flest oppgir å ha over 31 profilbilder. I tillegg hevder studentene her, sammen med jus, at de hyppigere untagger seg fra bilder. Henholdsvis 36 % av allmennlærerne gjør dette ukentlig eller månedlig. Studentene her er også den gruppen som hyppigere enn de andre fagene legger ut egne bilder, 13 % hevder de gjør dette ukentlig eller oftere. Bildebruk og statusoppdateringer antyder at studentene her er opptatt av dette sosialiseringaspektet ved sin Facebook-bruk. Dette sosialiseringaspektet dukker som nevnt også opp i de rene kjønnsforskjellene, og disse kjennetegnene kan derfor ha sammenheng med den store kvinneandelen i denne gruppen.

Ingeniør

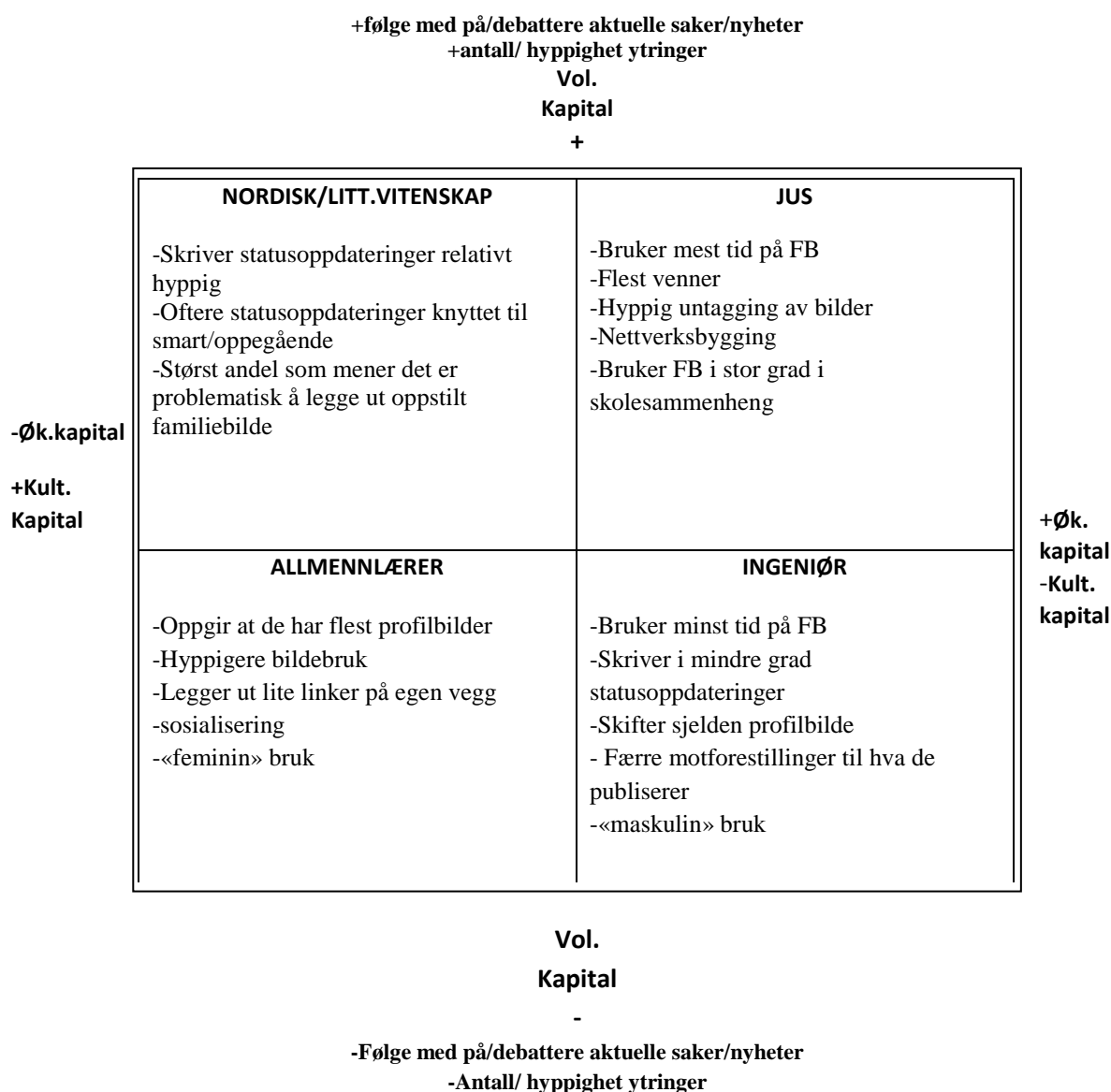
Det kan synes som ingeniørene er den gruppen som bruker minst tid på Facebook. 37 % hevder at de bruker 15 minutter eller mindre på en vanlig dag. Studentene her sier seg sjeldnere opptatt av å skrive statusoppdateringer der de fremstår som smarte eller oppegående. Statusoppdateringen «*Har verdens beste kjæreste!*» hevder 48 % av ingeniørene at de med stor sannsynlighet kunne ha skrevet, noe som er vesentlig høyere enn henholdsvis jus der 28 % svarer det samme.

Flere av ingeniørene enn ved de andre fagene skifter aldri profilbilde, de er også den gruppen der flest svarer at de aldri untagger seg fra bilder - 21 % hevder dette. Også nærmere 50 % svarer at de aldri ber venner fjerne bilder de er tagget i, noe som er vesentlig høyere enn på de andre fagene. Det kan tyde på at denne gruppen har andre normer enn for eksempel

studentene på nordisk for hva som er sømmelig eller morsomt å legge ut av bilder. Også i forhold til generelle holdninger til bildebruk skiller ingeniørene seg ut fra de andre fagene. Dette gjelder særlig den mannlige delen, som i større grad synes det er uproblematisk å publisere bilder knyttet til lettkleddhet, posering og privatsfære. Ingeniørene fremstår samtidig som den gruppen som er mindre opptatt av hvordan de fremstår for venner sammenlignet med de andre gruppene (Vedlegg 5.9). Det kan, ut i fra de nevnte kjennetegn, virke som om ingeniør-studentene i mindre grad er opptatt av hvordan de selv fremstår på Facebook. Det at de bruker mindre tid, sjelden fjerner bilder og har generelt mindre motforestillinger til hva de publiserer, gjør at denne gruppen skiller seg ut. Den store andelen menn på dette studiet, kan ha sammenheng med hvordan de bruker Facebook, som igjen kan antyde en mer maskulin tilnærming til bruken. Kan det være at den maskuline tilnærmingen henger sammen med andre normer for bruk av og fremtreden på Facebook? Tradisjonelt sett vet man at kvinner har sterkere normer på seg for utseende og hvordan en tar seg ut i det offentlige rom enn det menn har.

Ut i fra den foregående diskusjon kan følgende figur illustrere noen av hovedfunnene av undersøkelsen:

Figur 1: Skjematisk fremstilling av forskjeller etter fag og sosial bakgrunn



Som jeg har vist i analysen antyder undersøkelsens funn det som fremstår å være en sammenheng mellom faggruppens sosiale profiler og gruppenes ulike bruk av Facebook. Bruk av Facebook fremstår i så måte i form av å ha en klassekarakter. Dette samsvarer med det Bourdieu fremlegger i sine teorier om sosiale distinksjoner og at ulike sosiale utgangspunkt gjenspeiles i sosiale praksiser og smakskamper. Undersøkelsen min kan antyde at ulike sosiale utgangspunkt (og habituser) kan være med på å legge grunnlaget for ulike sosiale praksiser, også på digitale arenaer som Facebook. Slik figuren viser kan en registrere forskjeller langs to dimensjoner; *kapitalvolum* og *type kapital* (økonomisk versus kulturell

kapital). Forskjellene mellom studentene fra bakgrunner med høyt kontra lavt kapitalvolum kan sies å gjøre seg gjeldende i forhold til tidsbruk der særlig jus-studentene bruker mer tid på Facebook. Det antyder også at gruppene i det øvre sjiktet følger mer med på aktuelle saker og nyheter gjennom Facebook og derfor kan kjennetegnes som mer samfunns- og nyhetsinteresserte. Dette er i tråd med annen forskning på mediebruk der eksempelvis folk med høyere utdanning leser flere aviser (SSB 2010). Ellers viser studier av leserbrev i aviser at 70 % av disse blir skrevet av menn, og at 60 % av leserne er kvinner (Elvestad 1999 i Eide 2001). De høyere rekrutterte fagene er også i større grad enn de øvrige fagene opptatt av å kommentere sine venners statusoppdateringer, som kan tyde på at de er opptatt av sosialisering og holde på det sosiale nettverket. De lavere sosiale gruppene er mer delt, der allmennlærere fremstår mer sosialiseringsorientert enn ingeniørene som ikke bruker Facebook like aktivt. Dette peker på at de øvre sosiale gruppene i utvalget i større grad er «deltakere», mens gruppene i de lavere lag i større grad er «tilskuere». Ser en dette i et offentlighetsperspektiv kan en trekke paralleller til Habermas og offentlighetsteori. Den digitale delen av offentligheten kan sies å være preget av sosiale skiller og maktforhold i samfunnet, noe også Habermas påpeker i sin beskrivelse av den borgerlige offentlighet.

Betrakter man forskjellene i den andre dimensjonen, basert på foreldrenes *type* kapital, antyder analysen blant annet at studentene med mer arvet økonomisk kapital bruker LinkedIn²⁰ i større grad enn de med kulturell bakgrunn, som ikke bruker det i det hele tatt. Studentene med mer arvet økonomisk kapital har færre motforestillinger til «strandbildet» (spørsmål nr. 14 i spørreskjemaet) enn de med mer kulturell kapital. Studentene med mer kulturelle bakgrunner hevder de oftere bruker blogger som annet sosialt medium. Studentene med mer arvet kulturell kapital, litteraturvitenskap/nordisk og allmennlærere, kjennetegnes ved at de sjeldnere skifter profilbilde og at de ofte kommenterer venners statusoppdateringer. Det kan også nevnes at sosialiseringaspektet kommer tydeligere til syne hos allmennlærerne, som i hovedsak består av kvinner. Mens studentene på nordisk/litteraturvitenskap er en gruppe som i større grad signaliserer vilje til å bryte tradisjonelle normer.

De tydeligste forskjellene synes å være langs dimensjonen *kapitalvolum*, og at forskjellene i stor grad baserer seg på de ressurssterke kontra de ressursvake, og der Facebook kan synes å

²⁰ LinkedIn er et sosialt nettsted der man kan legge ut CV og jobberfaring. Brukere kan invitere hverandre til å bli kontakter og danne nettverk.

være en styrke for de øvre sosiale lag. Dette knytter spørsmålet videre til diskusjonen om digitale skiller. En kan stille spørsmålet: Gitt at alle har tilgang til internett og sosiale medier, kan de skillene som oppstår spores tilbake til sosiale forskjeller?

Det er videre vanskelig å si noe om årsakene til hvorfor det er slike forskjeller, og i hvilken grad det er en årsakssammenheng mellom bruk av Facebook og de distinksjonene som oppstår. Dette er årsaksforhold som går utenfor denne oppgavens fokus, og vil kreve en større drøfting opp mot sosiale forskjeller i forhold til annen mediebruk. Dette vil imidlertid være et interessant tema for videre forskning. Studien er en case studie, og det er verdt å merke seg at sosiale forskjeller ikke nødvendigvis stopper med de sosiale mediene. De sosiale forskjellene kan til en viss grad avspeiles i ulike bruksmønstre og holdninger. Dette er interessante aspekter sett i lys av tidligere forhåpninger til demokratiserings- og frigjøringspotensialet til sosiale medier.

5.5 Svakheter

Svakheter i undersøkelsen min baserer seg på flere forhold. For det første er noen av problemene knyttet til den lave svarprosenten, som sannsynliggjør at det endelige utvalget har usikker representativitet i forhold til faggruppene. Likevel fremstår fagene som fire grupper med ulike sosiale profiler, og skillene mellom dem kan slik gi svar på hovedproblemstillingen likevel. Man kunne alternativt gjort separate analyser for menn og kvinner eller valgt ut kun et av kjønnene, da dette kanskje kunne gjort de øvrige sosiale skillene tydeligere.

Andre svakheter knytter seg til spørreskjemaet. Enkelte av spørsmålene er noe upresise i utformingen og kan lett misforstås. Dette gjelder særlig spørsmål 35; *Av bildene du har liggende ute på Facebook, hvilke av disse er åpne for alle på Facebook, og ikke bare noen utvalgte venner?* Denne formuleringen kan, som tidligere nevnt, misforstås i form av at *alle* kan tolkes som *alle vennene dine*. Andre spørsmål er upresise i form av at de ikke fanger innholdet. Det er for eksempel vanskelig å avdekke graden av samfunnsengasjement og deltakelse i forhold til utformingen av spørsmålene i undersøkelsen. I forbindelse med å legge ut linker til videoer/artikler etc. kunne det vært interessant og fått svar på *hva slags type* linker en legger ut, sett i et offentlighetsperspektiv. Det er derfor noe vanskeligere å si noe om hvem som er mer samfunnsengasjerte på Facebook, og hvem som «kun» er aktive med å poste eksempelvis linker til musikkvideoer på YouTube.

Da tidligere forskning har vist seg å være mangelfull når det gjelder sosiale faktorer utover kjønn og alder, kan denne studien leses som en forstudie til nye studier om sosiale forskjeller. Det vil være et behov for større landsdekkende undersøkelser for å finne mer nyanserte forskjeller ikke bare blant studenter, men også i befolkningen. Studien kan ikke sies å være representativ for alle studenter i Norge, heller ikke studenter i Bergen generelt, da min studie kun baserer seg på et utvalg studenter i Bergen, i tillegg var altså svarprosenten lav. Den kan likevel være med på å gi en pekepinn på de sosiale forskjellene i Facebook-bruk som eksisterer blant studenter i Norge, og slik i en viss grad blant norske unge voksne mer generelt.

5.6 Avslutning

Som vist i teorikapittelet går diskusjonen rundt digitale skiller og de antatte årsakene til dette i flere retninger. Det har vært rettet lite oppmerksomhet mot klasseforskjeller som medvirkende forklaring. Det spørsmålet som imidlertid synes å gjøre seg aktuelt i forbindelse med sosiale medier som Facebook handler ikke lenger bare om skiller basert ulik tilgang til de nye mediene, men også om hvilke skiller som finnes i de mer konkrete praksisene til brukere av mediene.

I oppgaven har jeg sett på følgende problemstillinger:

«Hvilke hovedskiller finnes i studenters bruk av og holdninger til Facebook, med vekt på statusoppdateringer og bildebruk?» og «i hvilken grad er det sammenheng mellom slike skiller og forskjellene i deres sosiale bakgrunn og habitus?».

Som vist i det foregående avsnittet kan fagene nordisk/litteraturvitenskap, jus, allmennlærer og ingeniør sies å representere ulike sosiale utgangspunkt i forbindelse med bruken av Facebook. Som studien viser har jeg funnet både fellestrekk og konkrete forskjeller knyttet til kjønn og fag, og kan på den måten leses som en studie av sosiale forskjeller på sosiale medier. En kan argumentere for at dette er i tråd med teoriene til Bourdieu om sosial ulikhet og klasse, og at Facebook kan betraktes som en slags møteplass i det sosiale rommet der det foregår smakskamper. Det er et behov for mer nyansert forskning som tar hensyn til sosiale faktorer utover kjønn og alder, da forskningen til nå har vist seg å være mangelfull på dette området. I den forbindelse mener jeg at denne studien er et steg i riktig retning.

Kildeliste

- Aalen, Ida (2011): *Fra poke til like: facebook-forskning fra 2007 til 2011*. Masteroppgave. Trondheim: NTNU
- Aguiton, Christophe, Cardon, Dominique, Aymeric Castelain, Fremaux, Pierre, Girard, H el ene, Granjon, Fabien, Nepote, Charles, Smoreda, Zbigniew, Trupia, Dilara og Ziemlicki, Cezary (2009): «Does showing off help to make friends? Experimenting a social game on self-exhibition and social networks», *International AAAI Conference on Weblogs and Social Media 2009*, [Online] Tilgjengelig: <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/09/paper/view/178> [19.10.12]
- Back, Mitja D., Stopfer, Juliane M., Vazire, Simine, Gaddis, Sam, Schmukle, Stefan C., Egloff, Boris, Gosling, Samuel D (2010): «Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization». *Psychological Science*, 21(3), 372-374. Tilgjengelig: [Online] Tilgjengelig: <http://pss.sagepub.com/content/21/3/372.full.pdf+html> [07.01.2012]
- Bitzer, Lloyd F. (1968): «The Rhetorical Situation», *Philosophy & Rhetoric*, 1(1), 1-14, [Online] Tilgjengelig: <http://www.jstor.org/stable/pdfplus/40236733.pdf?acceptTC=true> [08.12.2012]
- Bourdieu, Pierre & Wacquant, Lo ic J.D. (1995): *Den kritiske ettertanke: grunnlag for samfunnsanalyse*. Oslo: Samlaget
- Bourdieu, Pierre ([1979] 1995): *Distinksjonen: en sosiologisk kritikk av d ommekraften*. Oslo: Pax
- Bourdieu, Pierre ([1979] 2004): *Distinction. A social critique of the judgement of taste*. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre ([1998] 2000): *Den maskuline dominans*. Oslo: Pax.
- Boyd, Danah M. & Ellison, Nicole B. (2007): «Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship». *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. Tilgjengelig: [Online] <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf> [07.01.2012]
- Brandtz eg, Petter Bae & L uders, Marika (2009): Privat 2.0: Person- og forbrukervern i den nye medievirkeligheten. SINTEF-rapport. Tilgjengelig: [Online] <http://www.sintef.no/upload/Konsern/Media/Person%20og%20forbrukervern.pdf> [14.01.13]

- Brandtzæg, Petter Bae (2012): *Social Implications of the Internet and social networking sites: a user typology approach*, Ph.D.-avhandling, Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon
- Broadly, Donald (1989): *Kapital, habitus, fält: några nyckelbegrepp I Pierre Bourdieus sociologi* (Vol 1989: 2). Stockholm: Ämbetet
- Bryman, Alan (2008): *Social Research Methods*. New York: Oxford University Press
- Börjesson, Mikael (1996): «Det naturliga valet. En studie i studenters utbildningsval och livsstilar». *Rapporter från Forskningsgruppen for utbildnings- och kultursociologi*. Stockholm: HLS Förlag
- Dahlgren, Kenneth & Ljunggren, Jørn (2010): *Klassebilder: ulikhet og sosial mobilitet i Norge*. Oslo: Universitetsforlaget
- Eide, Elisabeth (2001): «Mannsbastioner med iboende treghet» i Eide, Martin (red.): *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal Akademisk. 329-353
- Eide, Synnøve (2007): *Maskeradeball eller maskefall? Om å regissere sin identitet med blogging og Facebook som scene*. Masteroppgave. Bergen: Universitetet i Bergen
- Ellis, Donald (2009): «Medium Theory» i SW Littlejohn, & KA Foss (red.) *Encyclopedia of Communication Theory*, Thousand Oaks: SAGE Publications. 645-650
- Ellison, Nicole B, Steinfield, Charles & Lampe, Cliff (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. Tilgjengelig: [Online] <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x/pdf> [07.01.2012]
- Facebook Newsroom (2012): [Online] Tilgjengelig: <http://newsroom.fb.com/Timeline> [15.01.13]
- Facebook (2013): «About». [Online] Tilgjengelig: <http://www.facebook.com/facebook?v=info> [15.01.13]
- Flick, Marian (1994): *I år kan du våge alt, prøve alt... En studie av kjønnsroller i norsk ukebladreklame 1965-1985*. Ph.D.-avhandling. Bergen: Universitetet i Bergen
- Goode, Luke (2005): *Jürgen Habermas. Democracy and the Public Sphere*, London: Pluto Press
- Goffman, Erving (1959): *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday

- Gripsrud, Jostein (2010): «Notes on Computers, Work and Class». *Popular Communication: The International Journal of Media and Culture*, 8(1), 4-19 [Online] Tilgjengelig: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/15405700903502395> [02.12.12]
- Gripsrud, Jostein, Hovden, Jan Fredrik og Moe, Hallvard (2011): «Changing relations: Class, education and cultural capital». *Poetics*, 39(6), 507-529
- Grønmo, Sigmund (2004): *Samfunnsvitenskapelige metoder*, Bergen: Fagbokforlaget
- Habermas, Jürgen ([1962] 2002a): *Borgerlig offentlighet*. Oslo: Gyldendal
- Habermas, Jürgen ([1962] 2002b): *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge: Polity Press.
- Habermas, Jürgen (2006): «Internett og den nye offentligheten» Kronikk i *Morgenbladet* [Online] Tilgjengelig: http://morgenbladet.no/2006/internett_og_den_nye_offentligheten#.UIVqtT3h3To [13.01.2013]
- Hagen, Ingunn & Wold, Thomas (2009): *Mediegenerasjonen. Barn og unge i det nye medielandskapet*. Oslo: Samlaget
- Hogan, Bernie (2010): «The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions online», *Bulletin of Science Technology & Society*, 30(6), 377-386. [Online] Tilgjengelig: https://blog.itu.dk/BDMK-F2012/files/2012/03/hogan_10_goffmanfacebook.pdf [29.01.2013]
- Holmes, David (2002): «Transformations in the mediation of publicness: Communicative interaction in the network society», *The Electronic Journal of Communication*, 12 (3&4), 2-15. [Online] Tilgjengelig: <http://www.cios.org/EJCPUBLIC/012/3/01238.html> [07.11.2012]
- Hylland Eriksen, Thomas (1998): *Små steder – store spørsmål. Innføring i sosialantropologi*. Oslo: Universitetsforlaget
- Internet World Stats (2012): «Internet Usage in Europe». [Online] Tilgjengelig: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm> [13.01.2013]
- Kjeldsen, Jens (2006): *Retorikk i vår tid. En innføring i moderne retorisk teori*. Oslo: Spartacus
- Lamont, Michéle ([1992] 1994): *Money, Morals, and Manners. The Culture of the French and American Upper-Middle Class*. Chicago: The University of Chicago Press
- Larsen, Malene Charlotte (2009): «Sociale netværkssider og digital ungdomskultur : når unge praktiserer venskab på nettet». *MedieKultur. Journal of media and communication research*, 2009(47), s. 45-65

- Larsen, Peter (2002): «Bourdieu og k lhovedet. Essay om fotografiets teoretiske anvendelser». *Norsk medietidsskrift*, 9(1), 105-128.
- Lin, Weiwei og Van Ryzin, Gregg G.(2012): «Web and Mail Surveys: An Experimental Comparison of Methods for Nonprofit Research». *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 41(6), 1014-1028. Tilgjengelig: [Online] <http://nvs.sagepub.com/content/41/6/1014.full.pdf+html> [23.01.2013]
- L uders, Marika (2009): «Becoming more Like Friends. A Qualitative Study of Personal Media and Social Life». *Nordicom Review*, 30(1), 201-216
- Meyrowitz, Joshua (1985): *No sense of place: The impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York: Oxford University Press
- Meyrowitz, Joshua (1994): «Medium Theory» i Crowley D. og Mitchell D. (red.) *Communication Theory today*, Cambridge: Polity Press
- MMI Ipsos (2012): «Statistikk om nordmenns bruk av sosiale medier». [Online] http://ipsos-mmi.no/Nordmenns_bruk_av_sosiale_medier [13.01.2013]
- Norris, Pippa (2001): *Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. New York: Cambridge University Press
- NSD Database for statistikk om h gre utdanning (2012): [Online] Tilgjengelig: http://dbh.nsd.uib.no/statistikk/kategori_studenter.action [15.01.13]
- Poster, Mark (1990) *The mode of information*, Cambridge: Polity Press
- Poster, Mark (1995): «The Net as a Public Sphere?» *Wired* [Online] http://www.wired.com/wired/archive/3.11/poster.if_pr.html [06.11.12]
- Prieur, Annick, Rosenlund, Lennart og Skjott Larsen, Jakob (2008): «Cultural capital today. A case study from Denmark». *Poetics*, 36, 45-71
- Rosenlund, Lennart ([1985] 2000): *Social Structures and change: Applying Pierre Bourdieu's approach and analytic framework*. Ph.D.-avhandling. Stavanger: H yskolen i Stavanger
- Skog, Berit (2008): «Fra World of Warcraft til YouTube. Bruk av dataspill og nettsamfunn blant deltagere p  The Gathering 2008». Rapport, NTNU. [Online] Tilgjengelig: <http://www.svt.ntnu.no/iss/Berit.Skog/rapporter/Fra%20World%20of%20Warcraft%20til%20YouTube%20Rapport.pdf> [26.01.2013]
- SSB Statistisk Sentralbyr  (2010): «Kultur og media» [Online] Tilgjengelig: <http://www.ssb.no/media/> [26.01.2013]
- SSB Statistisk Sentralbyr  (2012): « n av to har mobilt bredb nd» [Online] Tilgjengelig: <http://www.ssb.no/vis/emner/10/03/ikthus/art-2012-09-12-01.html> [27.01.2013]

- Sun, Tao & Wu, Guohua (2012): «Traits, Predistors, and Consequences of Facebook Self-Presentation». *Social Science Computer Review*, 30(4), 419-433. [Online] Tilgjengelig: [Online] <http://ssc.sagepub.com/content/30/4/419.full.pdf+html> [07.01.2013]
- Swartz, David (1997): *Culture & Power. The Sociology of Pierre Bourdieu*, Chicago: The University of Chicago Press
- Thompson, John B. (1995): *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Cambridge: Polity Press
- Thompson, John B. ([1995]2001): *Medierne og moderniteten*. København: Hans Reitzels Forlag
- Tsatsou, Panayiota (2011): «Digital divides revisited: what is new about divides and their research?» *Media, Culture & Society*, 33(2), 317-331. [Online] Tilgjengelig: <http://mcs.sagepub.com/content/33/2/317.short> [26.01.2012]
- Tække, Jesper (2010): «Facebook- Et nettverk i fællesskabet». *MedieKultur. Journal of media and communication research*. 2010(49), 123-136
- Tønnessen, Elise Seip (2007): *Generasjon.com. Mediekultur blant barn og unge*. Oslo: Universitetsforlaget
- Ukjent forfatter (2012) *Quora*. [Online] Tilgjengelig: <http://www.quora.com/Facebook-Status-Updates/When-did-Facebook-switch-to-Whats-on-your-mind-as-a-status-text-prompt-What-was-it-before> [23.10.2012]
- Valtysson, Bjarki (2012): «Facebook as a Digital Public Sphere: Processes of Colonization and Emancipation», *TripleC, Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 10(1): 77-91
- Van Der Heide, Brandon, D'Angelo, Jonathan D. og Schumaker, Erin M. (2012): «The Effects of Verbal Versus Photographic Self-Presentation on Impression Formation in Facebook». *Journal of Communication*. 2012(62), 98-116
- Wilken, Lisanne (2008): *Pierre Bourdieu*. Trondheim: Tapir Akademisk Forlag
- Østbye, Helge, Helland, Knut, Knapskog, Karl og Larsen, Leif Ove (2007): *Metodebok for mediefag, 3.utgave*. Bergen: Fagbokforlaget

Vedlegg 1: Informasjonsskriv utdanningsinstitusjoner

Bergen, 17. desember 2011

Forespørsel om gjennomføring av spørreundersøkelse av studenter ved UiB/HiB i forbindelse med masteroppgave

Mitt navn er Marie Walentin Sandbu, og jeg er masterstudent i medievitenskap ved Universitetet i Bergen. Jeg går siste året på master og holder for tiden på med min masteroppgave, som fokuserer på Bergensstudenters bruk av sosiale medier, med fokus på Facebook. I forbindelse med prosjektet mitt har jeg utviklet en elektronisk spørreundersøkelse, hvor jeg gjør en nyansert kartlegging av Bergensstudenters Facebook-bruk. I den forbindelse ønsker jeg å trekke et utvalg studenter ved henholdsvis BI, UiB og HiB, som kan besvare min spørreundersøkelse.

Mitt prosjekt går ut på å kartlegge Bergensstudenters Facebook-bruk, i en mer sosiologisk kontekst. Jeg skal undersøke om det er noen sosiale mønstre i bruken av Facebook blant studenter i Bergen, og knytte dette til teorier av den franske sosiologen Pierre Bourdieu. Jeg er interessert i å finne ut om det er noen tydelige forskjeller, og eventuelle likheter, i studenters bruk av Facebook, på bakgrunn av studieretning. Jeg ønsker også å finne ut hvor mye tid studenter bruker på Facebook, og hva de bruker det til. I tillegg vil jeg undersøke på hvilken måte studenter bruker Facebook i forhold til undervisningssituasjon og fritid.

Jeg har utviklet en spørreundersøkelse i form av en websurvey, som skal besvares på nett. Den består i hovedsak av spørsmål knyttet til studentenes Facebook-bruk.

Prosjektet er til behandling hos NSD, Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste, slik at alle de involverte vil bli anonymisert og beskyttet i forhold til personvernet.

Jeg vil trenge et utvalg på ca 200 studenter (menn og kvinner), på hvert fag. De bør være i aldersgruppen 20-25 år. Studentene vil bli invitert til undersøkelsen via mail, og jeg er derfor interessert i å skaffe studentenes mail-adresser. Utvalget mitt vil basere seg på studenter som er:

Heltidsstudenter på nordisk og litteraturvitenskap/

Heltidsstudenter på rettsvitenskap/

Heltidsstudenter på ingeniør og allmennlærer

For å hindre at det går ut over øvrige evalueringer knyttet til deres institusjon, og for å gjøre belastningen for studentene minst mulig, vil jeg påpeke at det er snakk om å gjøre et nokså

lite utvalg, ca 200 studenter. I tillegg vil undersøkelsen foregå etter endt eksamen og før studiestart i januar.

I forhold til utvalget kan denne mailen gjerne videresendes til en teknisk ansvarlig som kan foreta utvalget. Eventuelt kan jeg få tilsendt kontaktopplysninger til vedkommende.

Jeg håper på raskt svar og en godkjennelse på om det er greit å foreta undersøkelsen, da det haster noe å få den gjennomført i løpet av slutten av desember.

Ta gjerne kontakt med meg dersom det skulle være noen spørsmål knyttet til prosjektet.

Min veileder er for øvrig Jan Fredrik Hovden (jan.hovden@infomedia.uib.no).

Mvh

Marie Walentin Sandbu

Tlf: 980 89 160

Mail: marie.sandbu@student.uib.no

Vedlegg 2: Informasjonsskriv studenter

Er du interessert I Facebook? Forespørsel om å delta i spørreundersøkelse I forbindelse med masteroppgave

Mitt navn er Marie Walentin Sandbu. Jeg er masterstudent i medievitenskap ved Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen. Jeg holder for tiden på med min masteroppgave som skal handle om Facebook. I forbindelse med prosjektet mitt har jeg utviklet et elektronisk spørreundersøkelse, hvor jeg gjør en kartlegging av Bergensstudenters Facebook-bruk. Jeg er interessert i å finne ut hva studenter bruker Facebook til. I undersøkelsen stilles det blant annet spørsmål til; Hvilken rolle har Facebook for studenter i studiehverdagen og på fritiden? Er det ok å være vulgær i valg av profilbilde eller albumbilde? Er det greit å legge ut bilder av andre på fest? Hva skal til for å be andre slette bilder av en selv? Er det noen typer Facebook-statuser som du selv ikke ville lagt ut? I tillegg vil du bli presentert for noen bilder du skal ta stilling til. Undersøkelsen bør ta maks 15 min å svare på.

Undersøkelsen er sendt ut til et tilfeldig utvalg av studenter ved fem fag på UiB og HiB: Jus, nordisk, litteraturvitenskap, allmennlærer og ingeniør. Klikk på lenken under for å svare på spørreundersøkelsen:

<http://www.survey-xact.dk/LinkCollector?key=UYM1HVP2CNC6>

Prosjektet er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk Samfunnsvitenskapelig datatjeneste A/S, for å sikre at personvern hensyn blir fulgt. Jeg har også innhentet tillatelse fra studiekontoret ved ditt studiested. Det vil ikke være mulig for meg eller noen andre å identifisere hvem som har svart hva i undersøkelsen. Alle data vil bli slettet i etterkant av prosjektet.

Det er selvfølgelig frivillig å delta, men for mitt forskningsprosjekt vil din deltakelse gi verdifull kunnskap om studenters bruk av sosiale medier, og da spesielt Facebook. Jeg tror også dette er en undersøkelse du vil finne artig å svare på. I tillegg vil de som svarer på undersøkelsen være med i trekningen av fem stk flaxlodd!

Tidsfrist: Ber om at du svarer helst innen 4 dager etter mottakelse av denne e-posten.

Dersom det skulle være noen spørsmål knyttet til undersøkelsen, er det bare å ta kontakt med meg på mail eller telefon.

Beste hilsen

Marie Walentin Sandbu (Tlf: 98089160)

marie.sandbu@student.uib.no

Vedlegg 3: Meldebrev Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



MELDESKJEMA

Meldeskjema (versjon 1.4) for forsknings- og studentprosjekt som medfører meldeplikt eller konsesjonsplikt (jf. personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter).

1. Prosjekttittel		
Tittel	Facebook i et Bourdieusk perspektiv	
2. Behandlingsansvarlig institusjon		
Institusjon	Universitetet i Bergen	Velg den institusjonen du er tilknyttet. Alle nivå må oppgis. Ved studentprosjekt er det studentens tilknytning som er avgjørende. Dersom institusjonen ikke finnes på listen, vennligst ta kontakt med personvernombudet.
Avdeling/Fakultet	Det samfunnsvitenskapelige fakultet	
Institutt	Institutt for informasjons- og medievitenskap	
3. Daglig ansvarlig (forsker, veileder, stipendiat)		
Fornavn	Jan Fredrik	Før opp navnet på den som har det daglige ansvaret for prosjektet. Veileder er vanligvis daglig ansvarlig ved studentprosjekt.
Etternavn	Hovden	
Akademisk grad	Doktorgrad	Veileder og student må være tilknyttet samme institusjon. Dersom studenten har eksterne veileder, kan biveileder eller fagansvarlig ved studiestedet stå som daglig ansvarlig. Arbeidssted må være tilknyttet behandlingsansvarlig institusjon, f.eks. underavdeling, institutt etc.
Stilling	Fyrsteamenuensis	
Arbeidssted	Universitetet i Bergen	NB! Det er viktig at du oppgir en e-postadresse som brukes aktivt. Vennligst gi oss beskjed dersom den endres.
Adresse (arb.sted)	Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB SV-fak, Pb. 5802	
Postnr/sted (arb.sted)	5020 Bergen	
Telefon/mobil (arb.sted)	48003395 /	
E-post	jan.hovden@infomedia.uib.no	
4. Student (master, bachelor)		
Studentprosjekt	Ja • Nei ○	NB! Det er viktig at du oppgir en e-postadresse som brukes aktivt. Vennligst gi oss beskjed dersom den endres.
Fornavn	Marie	
Etternavn	Walentin Sandbu	
Akademisk grad	Høyere grad	
Privatadresse	Skrivergaten 27	
Postnr/sted (privatadresse)	5054 Oslo	
Telefon/mobil	98089160 /	
E-post	marie_ws@hotmail.com	
5. Formålet med prosjektet		
Formål	Formålet med prosjektet er å gjøre en mediesosiologisk undersøkelse av noen utvalgte studentgrupper i Bergen for å kartlegge forskjeller bruk av Facebook, med tanke på selvrepresentasjon og identitet. Problemstilling: Hvilke forskjeller i sosiale mønstre eller distinksjoner knyttet til selvrepresentasjon, eksisterer i bruken av Facebook blant Bergensstudenter, sett i lys av Pierre Bourdieu sine begreper om habitus, økonomisk og kulturell kapital.	Redegjør kort for prosjektets formål, problemstilling, forskningsspørsmål e.l. Maks 750 tegn.
6. Prosjektomfang		
Velg omfang	<ul style="list-style-type: none"> • Enkel institusjon ○ Nasjonalt samarbeidsprosjekt ○ Internasjonalt samarbeidsprosjekt 	Med samarbeidsprosjekt menes prosjekt som gjennomføres av flere institusjoner samtidig, som

Oppgi øvrige institusjoner		har samme formål og hvor personopplysninger utveksles.
Oppgi hvordan samarbeidet foregår		
7. Utvalgsbeskrivelse		
Utvalget	Et utvalg av studenter mellom 20 og 25 år, fra ulike utdanningsinstitusjonert i Bergen, hhv. Handelshøyskolen BI, Universitetet i Bergen og Høyskolen i Bergen. I utgangspunktet er ønsket å rekruttere studenter fra følgende fag/institusjoner: BI (generelt utvalg), UIB: Nordisk (alternativt Litteraturvitenskap), HIB: Allmennlærere og Ingeniørstudenter.	Med utvalg menes dem som deltar i undersøkelsen eller dem det innhentes opplysninger om. F.eks. et representativt utvalg av befolkningen, skoleelever med lese- og skrivevansker, pasienter, innsatte.
Rekruttering og trekking	Utvalget vil rekrutteres ved å kontakte studiesjefene ved de ulike utdanningsinstitusjonene, slik at de kan trekke ut et antall studenter.	Beskriv hvordan utvalget trekkes eller rekrutteres og oppgi hvem som foretar den. Et utvalg kan trekkes fra registre som f.eks. Folkeregisteret, SSB-registre, pasientregistre, eller det kan rekrutteres gjennom f.eks. en bedrift, skole, idrettsmiljø, eget nettverk.
Førstegangskontakt	Gjennom utdanningsinstitusjonenes studieledelse	Beskriv hvordan førstegangskontakten opprettes og oppgi hvem som foretar den. Les mer om dette på temasidene Hva skal du forske på?
Alder på utvalget	<input type="checkbox"/> Barn (0-15 år) <input type="checkbox"/> Ungdom (16-17 år) <input checked="" type="checkbox"/> Voksne (over 18 år)	
Antall personer som inngår i utvalget	Utvalget vil være på ca 800, 200 studenter fra hver utdanning (100 menn og 100 kvinner). Av disse er målsetningen å få et endelig utvalg på til sammen 400 (med tanke på at ikke alle 800 vil svare)	
Inkluderes det myndige personer med redusert eller manglende samtykkekompetanse?	Ja <input type="radio"/> Nei <input checked="" type="radio"/>	Begrunn hvorfor det er nødvendig å inkludere myndige personer med redusert eller manglende samtykkekompetanse.
Hvis ja, begrunn		Les mer om Pasienter, brukere og personer med redusert eller manglende samtykkekompetanse
8. Metode for innsamling av personopplysninger		
Kryss av for hvilke datainnsamlingsmetoder og datakilder som vil benyttes	<input checked="" type="checkbox"/> Spørreskjema <input type="checkbox"/> Personlig intervju <input type="checkbox"/> Gruppeintervju <input type="checkbox"/> Observasjon <input type="checkbox"/> Psykologiske/pedagogiske tester <input type="checkbox"/> Medisinske undersøkelser/tester <input type="checkbox"/> Journaldata <input type="checkbox"/> Registerdata <input type="checkbox"/> Annen innsamlingsmetode	Personopplysninger kan innhentes direkte fra den registrerte f.eks. gjennom spørreskjema, intervju, tester, og/eller ulike journaler (f.eks. elevmapper, NAV, PPT, sykehus) og/eller registre (f.eks. Statistisk sentralbyrå, sentrale helseregistre).
Annen innsamlingsmetode, oppgi hvilken		
Kommentar	Jeg vil bruke en nettbasert spørreundersøkelse (survey). Den skal opprettes i et program som heter SurveyXact, med ca 40 spørsmål. Spørreskjemaet er vedlagt. Vil kuttes ytterligere, og noe språklig redigering. Ny versjon vil bli ettersendt	
9. Datamaterialets innhold		
Redegjør for hvilke opplysninger som samles inn	Opplysninger om studentenes bruk av sosiale medier, med fokus på Facebook. I tillegg vil det være noen få spørsmål knyttet til foreldrenes utdanning og inntektsnivå, samt respondentens kjønn.	Spørreskjema, intervju-/temaguide, observasjonsbeskrivelse m.m. sendes inn sammen med meldeskjemaet. NB! Vedleggene lastes opp til sist i meldeskjema, se punkt 16 Vedlegg.

Samles det inn direkte personidentifiserende opplysninger?	Ja <input type="radio"/> Nei <input checked="" type="radio"/>	Dersom det krysses av for ja her, se nærmere under punkt 11 Informasjonssikkerhet.
Hvis ja, hvilke?	<input type="checkbox"/> 11-sifret fødselsnummer <input type="checkbox"/> Navn, fødselsdato, adresse, e-postadresse og/eller telefonnummer	Les mer om hva personopplysninger er
Spesifiser hvilke		NB! Selv om opplysningene er anonymiserte i oppgave/rapport, må det krysses av dersom direkte og/eller indirekte personidentifiserende opplysninger innhentes/registreres i forbindelse med prosjektet.
Samles det inn indirekte personidentifiserende opplysninger?	Ja <input type="radio"/> Nei <input checked="" type="radio"/>	En person vil være indirekte identifiserbar dersom det er mulig å identifisere vedkommende gjennom bakgrunnsopplysninger som for eksempel bostedskommune eller arbeidsplass/skole kombinert med opplysninger som alder, kjønn, yrke, diagnose, etc.
Hvis ja, hvilke?		Kryss også av dersom ip-adresse registreres.
Samles det inn sensitive personopplysninger?	Ja <input type="radio"/> Nei <input checked="" type="radio"/>	
Hvis ja, hvilke?	<input type="checkbox"/> Rasemessig eller etnisk bakgrunn, eller politisk, filosofisk eller religiøs oppfatning <input type="checkbox"/> At en person har vært mistenkt, siktet, tiltalt eller dømt for en straffbar handling <input type="checkbox"/> Helseforhold <input type="checkbox"/> Seksuelle forhold <input type="checkbox"/> Medlemskap i fagforeninger	
Samles det inn opplysninger om tredjeperson?	Ja <input checked="" type="radio"/> Nei <input type="radio"/>	Med opplysninger om tredjeperson menes opplysninger som kan spores tilbake til personer som ikke inngår i utvalget. Eksempler på tredjeperson er kollega, elev, klient, familiemedlem.
Hvis ja, hvem er tredjeperson og hvilke opplysninger registreres?	Far: utdanningsnivå, bruttoinntekt i fjoråret og interesse (ja/nei/vet ikke) for klassisk musikk, teater, bildekunst og klassisk norsk litteratur.	
Hvordan informeres tredjeperson om behandlingen?	<input type="checkbox"/> Skriftlig <input type="checkbox"/> Muntlig <input checked="" type="checkbox"/> Informeres ikke	
Informeres ikke, begrunn	Svært generelle opplysninger, gjør ikke vedkommende identifiserbar.	
10. Informasjon og samtykke		
Oppgi hvordan utvalget informeres	<input checked="" type="checkbox"/> Skriftlig <input type="checkbox"/> Muntlig <input type="checkbox"/> Informeres ikke	Vennligst send inn informasjonsskrivet eller mal for muntlig informasjon sammen med meldeskjema.
Begrunn		NB! Vedlegg lastes opp til sist i meldeskjemaet, se punkt 16 Vedlegg. Dersom utvalget ikke skal informeres om behandlingen av personopplysninger må det begrunnes. Les mer om krav til samtykke
Oppgi hvordan samtykke fra utvalget innhentes	<input type="checkbox"/> Skriftlig <input type="checkbox"/> Muntlig <input checked="" type="checkbox"/> Innhentes ikke	Dersom det innhentes skriftlig samtykke anbefales det at samtykkeerklæringen utformes som en svarslipp eller på eget ark. Dersom det ikke skal innhentes samtykke, må det begrunnes.
Innhentes ikke, begrunn	Å ikke svare på undersøkelsen vil bli tolket som nei.	
11. Informasjonssikkerhet		
Direkte personidentifiserende opplysninger erstattes med et referansenummer som viser til en atskilt navneliste (koblingsnøkkel)	Ja <input checked="" type="radio"/> Nei <input type="radio"/>	Har du krysset av for ja under punkt 9 Datamaterialets innhold må det merkes av for hvordan direkte personidentifiserende opplysninger registreres.

Hvordan oppbevares navnelisten/koblingsnøkkelene og hvem har tilgang til den?	Siden dette er en anonym websurvey, blir koblingen mellom epostadresse og svar oppbevart på SurveyXact sin server, uten at hverken student eller veileder har mulighet til å få tilgang til denne koblingslisten. Koblingen epostadresse/svar blir bare brukt av systemet i forbindelse med purring og blir slettet når undersøkelsen er ferdig. Datafilen gitt fra systemet inneholder ikke epostadressen.	NB! Som hovedregel bør ikke direkte personidentifiserende opplysninger registreres sammen med det øvrige datamaterialet.
Direkte personidentifiserende opplysninger oppbevares sammen med det øvrige materialet	Ja <input type="radio"/> Nei <input checked="" type="radio"/>	
Hvorfor oppbevares direkte personidentifiserende opplysninger sammen med det øvrige datamaterialet?		
Oppbevares direkte personidentifiserbare opplysninger på andre måter?	Ja <input type="radio"/> Nei <input checked="" type="radio"/>	
Spesifiser		
Hvordan registreres og oppbevares datamaterialet?	<input type="checkbox"/> Fysisk isolert datamaskin tilhørende virksomheten <input type="checkbox"/> Datamaskin i nettverkssystem tilhørende virksomheten <input type="checkbox"/> Datamaskin i nettverkssystem tilknyttet Internett tilhørende virksomheten <input type="checkbox"/> Fysisk isolert privat datamaskin <input checked="" type="checkbox"/> Privat datamaskin tilknyttet Internett <input type="checkbox"/> Videoopptak/fotografi <input type="checkbox"/> Lydopptak <input type="checkbox"/> Notater/papir <input type="checkbox"/> Annen registreringsmetode	Merk av for hvilke hjelpemidler som benyttes for registrering og analyse av opplysninger. Sett flere kryss dersom opplysningene registreres på flere måter.
Annen registreringsmetode beskriv		
Behandles lyd-/videoopptak og/eller fotografi ved hjelp av datamaskinbasert utstyr?	Ja <input type="radio"/> Nei <input checked="" type="radio"/>	Kryss av for ja dersom opptak eller foto behandles som lyd-/bildefil. Les mer om behandling av lyd og bilde.
Hvordan er datamaterialet beskyttet mot at uvedkommende får innsyn?	Datamaskin beskyttet med brukernavn og passord.	Er f.eks. datamaskintilgangen beskyttet med brukernavn og passord, står datamaskinen i et låsbar rom, og hvordan sikres bærbare enheter, utskrifter og opptak?
Dersom det benyttes mobile lagringsenheter (bærbar datamaskin, minnepenn, minnekort, cd, ekstern harddisk, mobiltelefon), oppgi hvilke		NB! Mobile lagringsenheter bør ha mulighet for kryptering.
Vil medarbeidere ha tilgang til datamaterialet på lik linje med daglig ansvarlig/student?	Ja <input checked="" type="radio"/> Nei <input type="radio"/>	
Hvis ja, hvem?	Veileder	
Overføres personopplysninger ved hjelp av e-post/Internett?	Ja <input type="radio"/> Nei <input checked="" type="radio"/>	F.eks. ved bruk av elektronisk spørreskjema, overføring av data til samarbeidspartner/databehandler mm.
Hvis ja, hvilke?		
Vil personopplysninger bli utlevert til andre enn prosjektgruppen?	Ja <input type="radio"/> Nei <input checked="" type="radio"/>	
Hvis ja, til hvem?		
Samles opplysningene inn/behandles av en databehandler?	Ja <input type="radio"/> Nei <input checked="" type="radio"/>	Dersom det benyttes eksterne til helt eller delvis å behandle personopplysninger, f.eks. Questback.

Hvis ja, hvilken?		Synovate MMI, Norfakta eller transkriberingsassistent eller tolk, er dette å betrakte som en databehandler. Slike oppdrag må kontraktreguleres
12. Vurdering/godkjenning fra andre instanser		
Søkes det om dispensasjon fra taushetsplikten for å få tilgang til data?	Ja <input type="radio"/> Nei <input checked="" type="radio"/>	For å få tilgang til taushetsbelagte opplysninger fra f.eks. NAV, PPT, sykehus, må det søkes om dispensasjon fra taushetsplikten. Dispensasjon søkes vanligvis fra aktuelt departement. Dispensasjon fra taushetsplikten for helseopplysninger skal for alle typer forskning søkes
Kommentar		Regional komité for medisinsk og helsefaglig forskningsetikk
Søkes det godkjenning fra andre instanser?	Ja <input type="radio"/> Nei <input checked="" type="radio"/>	F.eks. søke registreier om tilgang til data, en ledelse om tilgang til forskning i virksomhet, skole, etc.
Hvis ja, hvilke?		
13. Prosjektperiode		
Prosjektperiode	Prosjektstart:20.12.2011 Prosjektstutt:01.06.2012	Prosjektstart Vennligst oppgi tidspunktet for når førstegangskontakten med utvalget opprettes og/eller datainnsamlingen starter. Prosjektstutt Vennligst oppgi tidspunktet for når datamaterialet enten skal anonymiseres/slettes, eller arkiveres i påvente av oppfølgingsstudier eller annet. Prosjektet anses vanligvis som avsluttet når de oppgitte analyser er ferdigstilt og resultatene publisert, eller oppgave/avhandling er innlevert og sensurert.
Hva skal skje med datamaterialet ved prosjektstutt?	<input checked="" type="checkbox"/> Datamaterialet anonymiseres <input type="checkbox"/> Datamaterialet oppbevares med personidentifikasjon	Med anonymisering menes at datamaterialet bearbeides slik at det ikke lenger er mulig å føre opplysningene tilbake til enkeltpersoner.NB! Merk at dette omfatter både oppgave/publikasjon og rådata. Les mer om anonymisering
Hvordan skal datamaterialet anonymiseres?	Ytterligere forenkling av indikatorer for fars utdanningsnivå og inntektsnivå.	Hovedregelen for videre oppbevaring av data med personidentifikasjon er samtykke fra den registrerte.
Hvorfor skal datamaterialet oppbevares med personidentifikasjon?		Årsaker til oppbevaring kan være planlagte oppfølgingsstudier, undervisningsformål eller annet.
Hvor skal datamaterialet oppbevares, og hvor lenge?		Datamaterialet kan oppbevares ved egen institusjon, offentlig arkiv eller annet. Les om arkivering hos NSD
14. Finansiering		
Hvordan finansieres prosjektet?	Ingen finansiering	
15. Tilleggsopplysninger		
Tilleggsopplysninger		
16. Vedlegg		
Antall vedlegg	2	

Vedlegg 4: Spørreskjemaet

Takk for at du tar deg tid til å svare på denne spørreundersøkelsen om din Facebook-bruk. Den vil ta ca 15 min å svare på, og det er ikke nødvendig å logge deg på Facebook for å besvare spørsmålene. Svar så ærlig du kan! Minner om at undersøkelsen er anonym.

1. Er du mann eller kvinne?

Mann

(1)

Kvinne

(2)

2. Hva studerer du?

UiB, Nordisk

(1)

UiB, Litteraturvitenskap

(2)

UiB, Rettsvitenskap

(3)

HiB, Allmennlærer

(4)

HiB, Ingeniør

(5)

3. Alder

(23) 19-21

(22) 22-24

(21) 25-27

(20) 28-30

(19) >30

4. Har du en Facebook-profil?

Ja

(1)

Ja, men bruker den aldri

(3)

Nei, men har hatt

(4)

Nei, har aldri hatt

(2)

5. Facebook har vært fem år i Norge, hvor lenge har du vært på facebook?

5 år

(1)

4 år

(2)

3 år

(3)

2 år

(4)

1 år

(5)

<1 år

(6)

6. Kryss av hvor ofte du vanligvis gjør følgende aktiviteter på Facebook:

	Flere ganger om dagen	Ca en gang hver dag	Ukentlig	Månedlig	Sjeldnere	Aldri
Skrive egen statusoppdatering	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Kommentere egen statusoppdatering	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Skifte profilbilde	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Like venners profilbilder/bilder	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Kommentere venners bilder	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Legge ut egne bilder	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Se på andres bilder	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Kommentere venners statuser	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Skrive på venners vegg/timeline	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Sette en link på andres vegg/timeline (artikkel, video etc)	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Delta/diskutere/kommentere i grupper jeg er medlem av	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Legge ut linker til artikler/videoer etc på egen vegg/timeline	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Oppdatere det jeg liker på egen profil/timeline (musikk, filmer, steder, interesser etc)	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Untagge" meg selv i et bilde (fjerner navnet ditt fra et bilde)	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Be venner om å fjerne ufordelaktige bilder som jeg er tagget i	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Sende melding (via Facebook)	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Chatte (via Facebook)	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Godta en venneforespørsel	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Slette/blokkere en Facebook-venn	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Trykke delta på "event"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Skrive notater	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>

7. Ca hvor mange profilbilder har du liggende ute på Facebook?

- (1) 0
- (2) 1-5
- (3) 6-10
- (4) 11-15
- (5) 16-20
- (6) 21-30
- (7) 31+
- (8) Usikker

8. Etterhvert som du legger ut nye profilbilder, sletter du de gamle?

- | | | | | | | |
|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| Ja, så og si alltid | Ja, stort sett | Ja, det hender | Nei, sjelden | Nei, aldri | Usikker | Har aldri skiftet profilbilde |
| (1) <input type="checkbox"/> | (2) <input type="checkbox"/> | (3) <input type="checkbox"/> | (4) <input type="checkbox"/> | (5) <input type="checkbox"/> | (6) <input type="checkbox"/> | (7) <input type="checkbox"/> |

På de følgende sidene vil du få se noen eksempler på bilder som folk kan ha lagt ut (enten som profilbilde eller som albumbilde). Det jeg gjerne vil vite er om dette er en *type* bilde (situasjon, motiv etc.) som du synes hadde vært problematisk/ikke problematisk å legge ut av DEG SELV. Ta stilling til bildene hypotetisk.



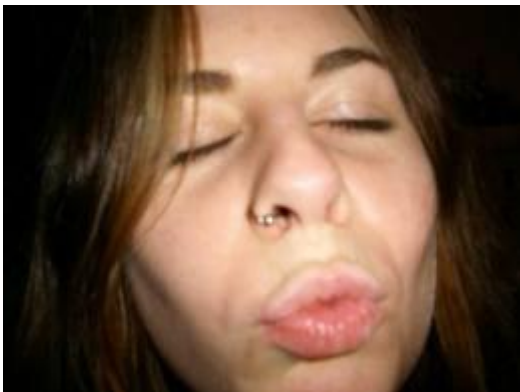
9.

- (2) Helt uproblematisk
- (3) Nokså uproblematisk
- (4) Nokså problematisk
- (5) Svært problematisk
- (6) Usikker



10.

- (2) Helt uproblematisk
- (3) Nokså uproblematisk
- (4) Nokså problematisk
- (5) Svært problematisk
- (6) Usikker



11.

- (2) Helt uproblematisk
- (3) Nokså uproblematisk
- (4) Nokså problematisk
- (5) Svært problematisk
- (6) Usikker



12.

- (2) Helt uproblematisk
- (3) Nokså uproblematisk
- (4) Nokså problematisk
- (5) Svært problematisk
- (6) Usikker



13.

- (2) Helt uproblematisk
- (3) Nokså uproblematisk
- (4) Nokså problematisk
- (5) Svært problematisk
- (6) Usikker



14.

- (2) Helt uproblematisk
- (3) Nokså uproblematisk
- (4) Nokså problematisk
- (5) Svært problematisk
- (6) Usikker



15.

- (2) Helt uproblematisk
- (3) Nokså uproblematisk
- (4) Nokså problematisk
- (5) Svært problematisk
- (6) Usikker



16.

- (2) Helt uproblematisk
- (3) Nokså uproblematisk
- (4) Nokså problematisk
- (5) Svært problematisk
- (6) Usikker



17.

- (2) Helt uproblematisk
- (3) Nokså uproblematisk
- (4) Nokså problematisk
- (5) Svært problematisk
- (6) Usikker



18.

- (2) Helt uproblematisk
- (3) Nokså uproblematisk
- (4) Nokså problematisk
- (5) Svært problematisk
- (6) Usikker



19.

- (2) Helt uproblematisk
- (3) Nokså uproblematisk
- (4) Nokså problematisk
- (5) Svært problematisk
- (6) Usikker



20.

- (2) Helt uproblematisk
- (3) Nokså uproblematisk
- (4) Nokså problematisk
- (5) Svært problematisk
- (6) Usikker



21.

- (2) Helt uproblematisk
- (3) Nokså uproblematisk
- (4) Nokså problematisk
- (5) Svært problematisk
- (6) Usikker

22. Hvilke typer profilbilder har du brukt? (Mulig med flere svar)

- (1) Bilder av meg selv
- (2) Bilder av meg selv sammen med andre (venner, kjendiser, ukjente etc)
- (3) Av kun andre personer (venner, kjendiser, ukjente etc)
- (4) Av dyr
- (5) Av kjendiser/kjente personer
- (6) Av meg selv og familiemedlem(mer)
- (7) Av meg selv og kjæresten
- (8) Tegneseriefigur(er)
- (9) Annet (fyll inn i tekstfeltet) _____

23. Når du skriver egne statusoppdateringer, ca hvor ofte er de som følgende:

	Svært ofte	Nokså ofte	Verken eller	Nokså sjelden	Svært sjelden	Aldri
Statusoppdatering som kun består av tekst	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Statusoppdatering som består av kun en link	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Statusoppdatering som kun består av et bilde	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Statusoppdatering som består av både tekst og et bilde	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Linke til en annen persons statusoppdatering	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>

24. Når du oppdaterer din status, ca hvor ofte forsøker du vanligvis å....

	Svært ofte	Nokså ofte	Usikker	Nokså sjelden	Svært sjelden	Skriver ikke statusoppdateringer
Lage statusoppdatering som innbyr til diskusjon	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Lager statusoppdatering for å få oppmerksomhet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Lager statusoppdatering med relevans til nyhetsbildet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Skriver statusoppdatering for å provosere	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Lage en statusoppdatering som er morsom	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Lager en statusoppdatering som viser at jeg er smart/oppegående	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>

25. Hvor ofte sjekker du Facebook på mobilen en vanlig studiedag?

- (1) 0 ganger
- (2) 1-2 ganger
- (3) 3-5 ganger
- (4) 6-9 ganger
- (5) 10-20 ganger
- (6) 20 ganger +
- (7) Har ikke tilgang til/bruker ikke Facebook på min mobil

26. Hvor mange ganger sjekker du Facebook på pc/mac en vanlig studiedag?

- (1) Sjekker ikke Facebook hver dag
- (2) 1-2 ganger
- (3) 3-5 ganger
- (4) 6-9 ganger
- (5) 10-20 ganger
- (6) 20 ganger +

27. Ca hvor mange timer/minutter er du *aktivt* inne på Facebook en vanlig studiedag? (En dag=24 timer)

- (1) 0 min
- (2) Under 5 min
- (3) Under 15 min
- (23) Under 30 min
- (24) Under 45 min
- (25) Under 59 min
- (6) 1t-1t, 30 min
- (15) 1t, 31 min-1t, 59 min
- (16) 2t-2t, 29 min
- (17) 2t, 30 min-2t, 59 min
- (18) 3t-3t, 29 min
- (19) 3t, 30 min-3t, 59 min
- (20) 4t-5t
- (21) 5t-6t
- (22) Mer enn 6t

28. I hvilke situasjoner sjekker du Facebook? (kryss av alle aktuelle)

- (1) Hjemme, når jeg har fri
- (2) På lesesalen
- (3) På forelesning
- (4) På bussen/banen
- (5) På jobben
- (6) I pauser på studiestedet
- (7) Når jeg er sammen med venner
- (8) På vei til/fra studiested
- (9) Når jeg gjør studiearbeid hjemme
- (10) Ingen av de nevnte situasjoner
- (11) Annet (fyll inn i tekstfeltet) _____

29. Ca hvor mange Facebook-venner har du?

- (1) Under 50
- (2) 50-100
- (3) 101-150
- (4) 151-200
- (5) 201-250
- (6) 251-300
- (7) 301-350
- (8) 351-400
- (9) 401-450
- (10) 451-500
- (11) 501-550
- (12) 551-600
- (13) 600 eller mer

30. Hvor mange av dine Facebook-venner tror du at du møter/snakker med/ringer på en vanlig uke? (ikke på nettet)

- | Under 10 stk | 10 stk | 11-20 stk | 21-30 stk | 31-50 stk | 51-100 stk | mer enn 100
stk |
|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| (7) <input type="checkbox"/> | (1) <input type="checkbox"/> | (2) <input type="checkbox"/> | (3) <input type="checkbox"/> | (4) <input type="checkbox"/> | (5) <input type="checkbox"/> | (6) <input type="checkbox"/> |

31. Hvilke av de nevnte personer føler du deg *ikke* komfortabel med å være venn med på Facebook, uavhengig om de er på Facebook eller ikke? (kryss av alle aktuelle)

- (1) Min mor eller far
- (2) Min søster eller bror
- (3) Onkel eller tante
- (4) En eller noen av besteforeldrene mine
- (5) Kollegaer fra jobb
- (6) Min jobbsjef
- (7) En professor/foreleser

32. Kryss av hvorvidt du er enig i påstandene

	Svært enig	Litt enig	Usikker	Litt uenig	Svært uenig
Å ha mange venner på Facebook gir status i min vennekrete	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
De som har mange venner på Facebook, har mange venner generelt	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Jeg er opptatt av hvordan jeg fremstår for vennene mine på Facebook	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Jeg er opptatt av hvordan jeg fremstår for familien min på Facebook	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Jeg har lettere for å uttrykke meg på Facebook enn ansikt-til-ansikt	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Jeg er opptatt av at Facebook-profilen min reflekterer hvem jeg er som person	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Det hender at jeg bekymrer meg over hvor mye tid jeg bruker på Facebook	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>

33. Kryss av hvorvidt du er enig i påstandene

	Svært enig	Litt enig	Usikker	Litt uenig	Svært uenig
Jeg tenker ofte på at medstudenter kan se det jeg formidler på Facebook	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Jeg synes det hadde vært vanskelig å IKKE skulle logge meg på Facebook på en hel uke	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Jeg prøver aktivt å skaffe meg så mange venner som mulig på Facebook	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Jeg bruker mer tid på Facebook, enn andre nett-aktiviteter	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Jeg blir litt skuffet dersom noen ikke aksepterer en venneforespørsel jeg har sendt	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Jeg blir litt skuffet dersom en venn ikke legger meg som en venn på Facebook	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Jeg blir skuffet dersom noen poster en negativ kommentar på en statusoppdatering jeg har skrevet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>

34. I hvilken grad vil du anse deg selv som en aktiv Facebook-bruker?

- (1) Svært aktiv
- (2) Nokså aktiv
- (3) Gjennomsnittlig
- (4) Nokså lite aktiv
- (5) Svært lite aktiv
- (6) Usikker

35. Ca hvor mange av bildene av deg på Facebook har du selv lagt ut (alle bilder, inkludert bilder du ikke er tagget i)

- (1) Har ingen bilder av meg selv liggende ute på facebook
- (2) Under 20
- (3) 21-50
- (4) 51-100
- (5) 101-150
- (6) 151-200
- (7) 201-250
- (8) 251-300
- (9) 300-400
- (10) 400+

36. Av bildene som du har liggende ute på facebook, hvilke av disse er åpne for alle på Facebook, og ikke bare noen utvalgte venner?

Alle bildene mine De fleste bilder, men ikke alle Kun noen av bildene Ingen av bildene

- (1) (2) (3) (4)

37. Hender det at du får kommentarer/reaksjoner på følgende? Hva slags type kommentarer? (Kryss av alle aktuelle)

Type kommentar

St ort set t all tid po siti v ko en m m en tar (k o m pli m en t, "ji ke " etc)

Of tes t po siti v ko m en tar

Bla nd ing po siti vt/ ne ga m tiv t

Of tes t ne ga m en tar

St ort set t all tid po siti v ko en m m en tar

Få r so m re gel ut

Le gg er ikk e ut

Profilbilder	(2) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>
Bilder du er tagget i	(2) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>
Egne statusoppdateringer	(2) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>
Link til YouTube-klipp	(2) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>
Linker til artikler	(2) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>
Wall-poster til andre	(2) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>
Bilder du har lagt ut av andre	(2) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>

38. Hypotetisk sett, hvilke grunner kunne du bruke for å "untagge" deg selv i et bilde (fjerne navnet ditt)? (Kryss av alle aktuelle)

- (1) Liker ikke hvordan jeg ser ut på bildet
- (2) Bildet viser meg beruset
- (3) Bildet viser meg sammen med personer jeg ikke vil bli sett sammen med
- (4) Jeg ser for ordentlig ut på bildet
- (5) Jeg poserer for mye på bildet
- (6) Jeg ser stygg ut på bildet

- (7) Jeg synes bildet fremstiller meg på en helt annen måte enn det jeg er
- (8) Noen bilder er harry å være avbildet på, som f.eks for mange festbilder
- (9) Jeg synes ikke at jeg likner på meg selv
- (10) Jeg er ikke klar over at jeg blir tatt bilde av
- (11) Jeg synes bildet er for intimt (kyssing, klemming, kos etc)
- (12) Bildet viser meg sammen med familiemedlemmer
- (13) Jeg synes bildet viser for mye nakenhet (bikini, bading etc)
- (14) Andre grunner (skriv i tekstfeltet) _____

39. Det er mulig å legge ut mange typer informasjon om seg selv i profilen. Hvilke av de følgende har du lagt ut? (Kryss av alle aktuelle)

- (1) Fødselsdag (kun dato)
- (13) Fødselsdag (m/fødselsår)
- (2) Hjemsted
- (3) Studiested
- (4) Jobb
- (5) Familieforhold
- (6) Sivilstatus
- (7) F.eks. interesser/filmer/musikk/steder du liker
- (8) Grupper du er med i
- (9) Telefonnr
- (10) Nettside(r) (blogg, hjemmeside etc)
- (11) Adresse
- (12) Annet _____

40. I hvilken grad er den informasjonen du legger ut om deg selv, riktig/sant? (privat informasjon, fødselsdato, studiested, hjemby etc.)

- (1) Alt er sant
- (2) Svært mye er sant/så og si alt er sant
- (3) Nokså mye er sant
- (5) Nokså lite er sant
- (6) Svært lite er sant/ingenting er sant

41. Ta stilling til disse Facebook-statusene. Kunne du lagt ut noen lignende statusoppdateringer selv?

	Ja, absolutt	Ja, kanskje	Sannsynligvis ikke	Helt sikkert ikke	Usikker
"Kjøttkaker til middag"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Takk for en super kveld med gode venner i går"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Da var leiligheten vasket og rundstykkene i ovnen"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Faen!"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Har kjærlighetssorg"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Fikk 20 000 kr igjen på skatten"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Er i dårlig humør"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Trykk "liker" så skal jeg skrive noe fint om deg"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Noen som skal ut i kveld?"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Hva skal jeg ha til middag i dag?"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Ligger hjemme med influensa..."	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"3 eksamner down 1 to go"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>

42. Ta stilling til disse Facebook-statusene. Kunne du lagt ut noen lignende statusoppdateringer selv?

	Ja, absolutt	Ja, kanskje	Sannsynligvis ikke	Helt sikkert ikke	Usikker
"Hvitvin i glasset og sol"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"26 grader i vannet, skyfri himmel, feriemodus på Kreta!"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"(...) checked in at Garage/Feliz/Kvarteret/Metro/Hulen/Va moose/Jakob Aall, Bergen with..."	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Hodepine og spybøtte i dag, men kvelden var vel verdt det!"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Fikk A på eksamen!"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Strøk på eksamen!"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"På toppen av Galdhøpiggen!"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Jeg har verdens beste kjæreste!"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>

	Ja, absolutt	Ja, kanskje	Sannsynligvis ikke	Helt sikkert ikke	Usikker
"Slutt med typen/dama!:("	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Stikker en tur til NYC!"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
"Paaaaaarteeeeey"	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>

43. Hvilke typer bilder mener du at er generelt upassende av folk å dele på Facebook? (Kryss av alle aktuelle)

- (1) Nakenbilder
- (2) Modellbilder (posering)
- (3) Strand/bikinibilder
- (4) Festbilder
- (5) Bilder av en selv med små barn
- (6) Sovebilder
- (7) Bilder i beruset tilstand
- (8) Kjærestebilder
- (9) Kyss
- (10) Klemming
- (11) Bilder med mor eller far
- (12) Ingen bilder er upassende
- (13) Annet (skriv i tekstfeltet) _____
- (14) Vet ikke

44. Hvor viktig er Facebook for deg:

	Svært viktig	Nokså viktig	Verken eller	Nokså uviktig	Svært uviktig
På fritiden (slappe av hjemme, utenom jobb, skole, etc)	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Som et redskap til informasjon/kommunikasjon (med venner/bekjente etc)	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
For å få nye venner	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
For nettverksbygging	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
I skolesammenheng (i forbindelse med innhenting av informasjon til faglig opplegg og oppgaver o.l.)	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
I skolesammenheng (som en pause fra	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>

	Svært viktig	Nokså viktig	Verken eller	Nokså uviktig	Svært uviktig
faglige opplegg, forelesninger, oppgaver)					
Som blogg/dagbok	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
For å delta i/følge med på aktuelle saker/nyheter/debatter	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
For underholdning	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
For å dele egne erfaringer og opplevelser	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>

45. Kan du skrive kort og med egne ord hva du mener er den viktigste grunnen til at du er på Facebook?

46. Er det noe du mener er spesielt *tiltrekkende* med Facebook? Hvorfor?

47. Er det noe du mener er spesielt *frastøtende* med Facebook? Noe du ikke liker med Facebook? Hvorfor?

48. Har du noengang vurdert å deaktivere din FB-profil?

- (1) Nei, aldri
- (3) Ja, har vurdert det, men ikke skjedd
- (5) Ja, har deaktivert den en gang/deaktiverer den i perioder

49. Dersom du har deaktivert profilen din eller deaktiverer den i perioder, skriv kort noe om grunnen til dette.

50. Dersom du *ikke* har en Facebook-profil eller *ikke* bruker Facebook, si noe om dine tanker og grunner til dette.

51. Er du aktiv på andre sosiale medier? (Kryss av alle aktuelle)

- (1) Twitter
- (2) LinkedIn
- (3) Flickr
- (4) Google+
- (5) Blogger.com (evt Wordpress, blogspot etc)
- (6) My Space
- (7) YouTube
- (9) Er ikke på andre sosiale medier
- (8) Annet _____

Så, helt til slutt, kommer noen *få* spørsmål om din far

52. Er/var din far interessert i det følgende?

	Ja	Nei	Vet ikke
Klassisk musikk	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Teater	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Bildekunst	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Klassisk norsk litteratur	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>

53. Hvor stor bruttoinntekt vil du anslå at din far hadde i fjor?

- (1) Ingen inntekt
- (2) Under 100 000
- (3) 100 000 - 199 900
- (4) 200 000 - 299 900
- (5) 300 000 - 399 900
- (6) 400 000 - 499 900
- (7) 500 000 - 599 900
- (8) 600 000 - 799 900
- (9) 800 000 - 999 900
- (10) 1000 000 - 1 199 999
- (11) 1 200 000 - 1 399 999
- (12) 1 400 000 eller mer
- (13) Vet ikke
- (14) Ikke aktuelt å svare på

54. Hva er/var din fars høyeste fullførte utdanningsnivå?

- (1) Kun ungdomsskole
- (2) Fagbrev
- (3) Videregående skole 1-2 år
- (4) Videregående skole 3-4 år (f.eks allmennfaglig gymnas/handelsskole)
- (5) Høyskole/universitetsnivå 1-2 år
- (6) Høyskole/universitetsnivå 3-4 år (f.eks cand.mag, ingeniør, lærer)
- (7) Høyskole/universitetsnivå 5-6 år (f.eks hovedfag/master/embetsstudium/sivilingeniør/siviløkonom)
- (8) Høyskole/universitetsnivå Ph.D/Dr.grad
- (9) Ikke relevant spørsmål for meg

Tusen takk for din deltakelse!

Dersom du vil være med i trekningen av 5 stk flaxlodd, skriv inn mailadressen i tekstfeltet under:

Dersom du har øvrige kommentarer til undersøkelsen, skriv det i kommentarfeltet under:

Vedlegg 5: Tabeller

5.1 Alder

Hva studerer du?					
Alder	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	Total
>30	13,64	2,02	0,00	0,00	2,84
28-30	2,27	2,43	0,00	0,00	1,80
25-27	18,18	10,93	3,77	4,55	10,05
22-24	27,27	45,34	45,28	56,82	44,59
19-21	38,64	39,27	50,94	38,64	40,72
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

5.2 FB-Venner

Ca hvor mange					
fb venner har	Hva studerer du?				
du?	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	Total
Under 50	0,00	0,51	0,00	0,00	0,31
50-100	5,88	1,01	0,00	2,86	1,56
101-150	5,88	2,02	0,00	5,71	2,50
151-200	11,76	2,53	3,77	8,57	4,38
201-250	11,76	5,05	7,55	11,43	6,88
251-300	23,53	9,60	13,21	17,14	12,50
301-350	8,82	13,64	20,75	14,29	14,37
351-400	11,76	12,63	11,32	5,71	11,56
401-450	5,88	9,60	13,21	8,57	9,69
451-500	5,88	7,07	5,66	5,71	6,56
501-550	2,94	10,10	13,21	2,86	9,06
551-600	2,94	4,55	1,89	5,71	4,06
600 eller mer	2,94	21,72	9,43	11,43	16,56
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Komfortabel å være venn med:

	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Jobbsjef	49	59	64	49	58
Prof/ foreleser	54	51	71	59	55
Besteforeldre	41	37	27	23	34
Mor/ far	38	36	18	15	31
Onkel/ tante	19	18	15	13	17
Jobbkollegaer	11	8	7	3	8
Søster bror	0	1	2	0	1
Total	211	211	204	162	205

5.3 Profilbilder

Ca hvor mange profilbilder har du liggende ute på Facebook?	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
0	0,00	1,35	0,00	2,56	1,13
1-5	21,62	21,17	14,55	25,64	20,68
6-10	21,62	21,62	23,64	25,64	22,38
11-15	24,32	20,27	18,18	23,08	20,68
16-20	13,51	13,06	7,27	12,82	12,18
21-30	10,81	12,16	18,18	5,13	12,18
31+	8,11	9,91	14,55	5,13	9,92
Usikker	0,00	0,45	3,64	0,00	0,85
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Skifte profilbilde	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Ca en gang hver dag	0,00	0,00	0,00	2,56	0,28
Aldri	5,41	2,23	1,85	7,69	3,11
Sjeldnere	70,27	82,59	74,07	82,05	79,94
Ukentlig	5,41	0,89	1,85	0,00	1,41
Månedlig	18,92	14,29	22,22	7,69	15,25
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

5.4 Tid på Facebook

Hvor lenge har du vært på	Hva studerer du?				Total
facebook?	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
5 år	34,38	56,54	56,25	34,21	51,46
4 år	40,62	29,84	31,25	47,37	33,33
3 år	18,75	9,95	10,42	10,53	11,00
2 år	6,25	2,62	2,08	5,26	3,24
1 år	0,00	1,05	0,00	0,00	0,65
	0,00	0,00	0,00	2,63	0,32
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Hvor mange ganger sjekker du Facebook på pc mac en vanlig	Hva studerer du?				Total
studiedag?	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Sjekker ikke Facebook	11,11	3,69	14,55	18,42	7,80
1-2 ganger	25,00	15,21	25,45	31,58	19,65
3-5 ganger	30,56	29,49	41,82	26,32	31,21
6-9 ganger	19,44	23,96	14,55	15,79	21,10
10-20 ganger	13,89	20,28	1,82	5,26	15,03
20 ganger +	0,00	7,37	1,82	2,63	5,20
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Ca hvor mange timer minutter er du aktivt inne på Facebook en	Hva studerer du?				Total
vanlig studiedag?	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
0 min	5,56	0,46	0,00	0,00	0,87
Under 5 min	5,56	1,38	10,91	13,16	4,62
Under 15 min	16,67	8,29	10,91	23,68	11,27
1t-1t, 30 min	13,89	23,96	18,18	10,53	20,52
1t, 31 min-1t, 59 min	2,78	8,29	7,27	5,26	7,23
2t-2t, 29 min	2,78	9,68	5,45	7,89	8,09
2t, 30 min-2t, 59 min	2,78	3,69	1,82	0,00	2,89
3t-3t, 29 min	0,00	1,84	3,64	0,00	1,73
3t, 30 min-3t, 59 min	0,00	1,84	0,00	0,00	1,16
4t-5t	5,56	1,84	1,82	2,63	2,31
5t-6t	0,00	0,46	1,82	0,00	0,58
Mer enn 6t	0,00	0,92	0,00	0,00	0,58

Under 30 min	16,67	13,36	20,00	15,79	15,03
Under 45 min	5,56	10,14	10,91	7,89	9,54
Under 59 min	22,22	13,82	7,27	13,16	13,58

Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Vanskelig å |

Ikke bruke | Hva studerer du?

FB på en uke	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	Total

Svært enig	36,11	34,93	23,64	13,89	30,95
Litt enig	16,67	30,62	18,18	19,44	25,89
Usikker	5,56	3,83	3,64	8,33	4,46
Litt uenig	19,44	15,79	20,00	22,22	17,56
Svært uenig	22,22	14,83	34,55	36,11	21,13

Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

I hvilken grad |

vil du anse deg |

selv som en | Hva studerer du?

aktiv FB-bruker	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	Total

Svært aktiv	8,33	17,70	12,73	2,63	14,20
Nokså aktiv	27,78	22,97	14,55	18,42	21,60
Gjennomsnittlig	44,44	44,98	52,73	44,74	46,15
Nokså lite aktiv	11,11	10,53	12,73	28,95	13,02
Svært lite aktiv	8,33	3,83	7,27	5,26	5,03

Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Bekymret | Hva studerer du?

For tid på

FB	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	Total

Sv?rt enig	13,89	19,25	14,55	7,89	16,67
Litt enig	30,56	31,46	25,45	21,05	29,24
Usikker	2,78	7,51	7,27	7,89	7,02
Litt uenig	13,89	21,13	18,18	13,16	19,01
Sv?rt uenig	38,89	20,66	34,55	50,00	28,07

Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

5.5 Funksjoner på FB

Skrive egen statusoppdatering	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Flere ganger om dagen	0,00	0,45	0,00	0,00	0,28
Ca en gang hver dag	0,00	3,57	1,82	2,56	2,81
Aldri	5,26	8,48	3,64	7,69	7,30
Sjeldnere	7,89	30,80	23,64	25,64	26,69
Ukentlig	36,84	32,14	32,73	15,38	30,90
Månedlig	50,00	24,55	38,18	48,72	32,02
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kommentere egen statusoppdatering	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Ca en gang hver dag	0,00	2,68	0,00	2,56	1,97
Aldri	13,16	14,73	7,27	10,26	12,92
Sjeldnere	21,05	37,95	40,00	43,59	37,08
Ukentlig	23,68	21,43	16,36	10,26	19,66
Månedlig	42,11	23,21	36,36	33,33	28,37
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Legge ut egne bilder	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Flere ganger om dagen	0,00	0,45	0,00	0,00	0,28
Ca en gang hver dag	0,00	1,79	1,82	0,00	1,41
Aldri	13,51	14,73	14,55	12,82	14,37
Sjeldnere	56,76	59,82	60,00	58,97	59,44
Ukentlig	0,00	3,12	10,91	5,13	4,23
Månedlig	29,73	20,09	12,73	23,08	20,28
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Se på andres bilder	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Flere ganger om dagen	5,41	24,55	9,09	10,26	18,59
Ca en gang hver dag	29,73	33,48	30,91	23,08	31,55
Sjeldnere	5,41	2,23	3,64	10,26	3,66
Ukentlig	48,65	31,25	40,00	48,72	36,34
Månedlig	10,81	8,48	16,36	7,69	9,86
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kommentere venners statuser	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Flere ganger om dagen	0,00	5,38	1,82	5,13	4,24
Ca en gang hver dag	10,81	17,94	12,73	10,26	15,54
Aldri	2,70	0,45	1,82	2,56	1,13
Sjeldnere	10,81	9,42	5,45	7,69	8,76
Ukentlig	59,46	50,22	49,09	41,03	50,00
Månedlig	16,22	16,59	29,09	33,33	20,34
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Skrive på venners vegg/timeline	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Flere ganger om dagen	0,00	0,45	0,00	0,00	0,28
Ca en gang hver dag	5,71	8,52	3,64	7,69	7,39
Aldri	5,71	0,90	3,64	0,00	1,70
Sjeldnere	17,14	8,52	27,27	20,51	13,64
Ukentlig	34,29	40,36	32,73	25,64	36,93
Månedlig	37,14	41,26	32,73	46,15	40,06
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Delta/diskutere/komme ntere i grupper jeg er medlem av	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Flere ganger om dagen	5,41	5,83	1,85	2,56	4,82
Ca en gang hver dag	0,00	12,11	11,11	10,26	10,48
Aldri	13,51	9,42	16,67	23,08	12,46
Sjeldnere	37,84	19,28	27,78	17,95	22,38
Ukentlig	24,32	34,53	29,63	33,33	32,58
Månedlig	18,92	18,83	12,96	12,82	17,28
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Legge ut linker til artikler/videoer etc på egen vegg/timeline	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Flere ganger om dagen	0,00	0,45	0,00	0,00	0,28
Ca en gang hver dag	0,00	2,68	1,89	2,56	2,27
Aldri	8,11	20,09	18,87	17,95	18,41
Sjeldnere	16,22	33,04	45,28	41,03	33,99
Ukentlig	24,32	13,84	13,21	12,82	14,73
Månedlig	51,35	29,91	20,75	25,64	30,31
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sende melding (via Facebook)	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Flere ganger om dagen	18,92	18,02	9,09	5,26	15,34
Ca en gang hver dag	13,51	28,83	14,55	18,42	23,86
Aldri	0,00	0,45	0,00	2,63	0,57
Sjeldnere	5,41	2,25	5,45	7,89	3,69
Ukentlig	48,65	42,79	52,73	55,26	46,31
Månedlig	13,51	7,66	18,18	10,53	10,23
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Godta en venneforespørsel	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Ca en gang hver dag	5,41	1,34	1,85	2,56	1,98
Sjeldnere	16,22	8,93	22,22	17,95	12,71
Ukentlig	18,92	34,82	9,26	23,08	27,97
Månedlig	59,46	54,91	66,67	56,41	57,34
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

5.6 Hensikt med statusoppdateringer

Innby til diskusjon	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Svært ofte	0,00	5,56	3,64	2,70	4,36
Nokså ofte	33,33	17,13	14,55	10,81	17,73
Usikker	25,00	12,04	9,09	13,51	13,08
Nokså sjelden	22,22	23,61	27,27	16,22	23,26
Svært sjelden	13,89	24,07	38,18	37,84	26,74
Skriver ikke statusop	5,56	17,59	7,27	18,92	14,83
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Oppmerksomhet	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Svært ofte	5,56	10,23	1,82	2,63	7,56
Nokså ofte	27,78	26,98	21,82	21,05	25,58
Usikker	11,11	10,23	9,09	10,53	10,17
Nokså sjelden	25,00	17,67	18,18	15,79	18,31
Svært sjelden	22,22	19,53	40,00	31,58	24,42
Skriver ikke statusop	8,33	15,35	9,09	18,42	13,95
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Relatert til nyhetsbildet	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Svært ofte	2,78	4,19	3,64	2,63	3,78
Nokså ofte	38,89	25,12	12,73	18,42	23,84
Usikker	11,11	9,30	18,18	7,89	10,76
Nokså sjelden	30,56	20,93	14,55	21,05	20,93
Svært sjelden	11,11	21,86	41,82	31,58	25,00
Skriver ikke statusop	5,56	18,60	9,09	18,42	15,70
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

	Hva studerer du?				Total
Provosere	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Svært ofte	0,00	1,86	0,00	2,63	1,45
Nokså ofte	2,78	4,65	3,64	10,53	4,94
Usikker	11,11	6,05	7,27	2,63	6,40
Nokså sjelden	19,44	17,21	14,55	7,89	15,99
Svært sjelden	50,00	48,37	61,82	52,63	51,16
Skriver ikke statusop	16,67	21,86	12,73	23,68	20,06
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

	Hva studerer du?				Total
Morsom	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Svært ofte	36,11	20,74	14,81	7,89	20,00
Nokså ofte	41,67	40,09	38,89	50,00	41,16
Usikker	5,56	7,37	11,11	10,53	8,12
Nokså sjelden	8,33	9,68	11,11	13,16	10,14
Svært sjelden	0,00	7,83	16,67	7,89	8,41
Skriver ikke statusop	8,33	14,29	7,41	10,53	12,17
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

	Hva studerer du?				Total
Smart	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Svært ofte	16,67	8,84	3,70	5,26	8,45
Nokså ofte	22,22	24,19	20,37	13,16	22,16
Usikker	19,44	15,35	14,81	18,42	16,03
Nokså sjelden	22,22	20,47	22,22	15,79	20,41
Svært sjelden	8,33	13,95	29,63	31,58	17,78
Skriver ikke statusop	11,11	17,21	9,26	15,79	15,16
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

FB profilen bør reflek- tere meg	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Svært enig	25,00	18,31	18,18	10,53	18,13
Litt enig	47,22	47,89	41,82	42,11	46,20
Usikker	0,00	9,86	14,55	21,05	10,82
Litt uenig	19,44	17,37	16,36	13,16	16,96
Svært uenig	8,33	6,57	9,09	13,16	7,89
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

5.7 Bilder

Grunner til å «untagge» seg selv i et bilde.

	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Liker ikke hvordan jeg ser ut på bildet	78	78	76	69	77
Ser stygg ut	65	72	67	59	69
Bildet viser meg beruset	65	67	65	59	65
Bildet viser for mye nakenhet (bikini etc)	62	56	65	33	56
Det er harry å være avbildet på mange bilder	54	50	36	51	48
Bildet fremstiller meg på en helt annen måte enn den jeg er	65	45	47	38	47
Bildet er for intimt (kyssing, klem, kos)	62	46	33	26	44
Er ikke klar over å bli tatt bilde av	24	24	24	18	23
Viser meg sammen med personer jeg ikke vil bli sett sammen med	30	23	11	31	23
Jeg poserer for mye på bildet	27	17	22	10	18
Synes ikke jeg likner på meg selv	16	16	27	18	18
Andre grunner	3	3	2	8	3
Viser meg sammen med familiemedlemmer	8	2	0	5	3
Jeg ser for ordentlig ut på bildet	3	1	0	3	1
Total	562	500	476	428	495

	Hva studerer du og er du mann eller kvinne?								Total
	NordLit Man	NordLit Kvi	Jus Mann	Jus Kvinne	Almlær Mann	Almlær Kvin	Ing. Mann	Ing. Kvinne	
liker ikke hvordan jeg ser ut	40	84	73	81	38	83	58	92	77
ser stygg ut	20	72	58	79	25	74	50	77	69
viser meg beruset	60	66	55	73	38	70	58	62	65
for mye nakenhet	20	69	35	68	25	72	23	54	56
for harry å være avbildet	40	56	47	52	38	36	54	46	49
fremstiller meg på annen måte	20	72	52	41	38	49	38	38	47
for intimt bilde	20	69	48	46	12	36	19	38	44
er ikke klar over å bli fotografert	20	25	21	26	12	26	8	38	23
viser meg med uønskede personer	20	31	32	19	12	11	35	23	23
poserer for mye	20	28	13	19	12	23	12	8	18
likner ikke på meg selv	0	19	16	16	0	32	12	31	18
andre grunner	0	3	6	1	12	0	8	8	3
med familiemedlemmer	0	9	1	3	0	0	8	0	3
ser for ordentlig ut	0	3	4	0	0	0	4	0	1

Untagge meg selv i et

bilde (fjerner navnet ditt fra et bilde)	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Ca en gang hver dag	0,00	0,45	0,00	2,56	0,56
Aldri	13,51	5,80	16,36	20,51	9,86
Sjeldnere	59,46	53,57	47,27	56,41	53,52
Ukentlig	0,00	8,48	10,91	5,13	7,61
Månedlig	27,03	31,70	25,45	15,38	28,45
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Be venner om å fjerne ufordelaktige bilder som jeg er tagget i	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Ca en gang hver dag	0,00	0,45	0,00	0,00	0,28
Aldri	37,84	30,80	32,73	48,72	33,80
Sjeldnere	56,76	57,59	58,18	41,03	55,77
Ukentlig	2,70	0,45	1,82	5,13	1,41
Månedlig	2,70	10,71	7,27	5,13	8,73
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Av bildene du har liggende ute, hvilke er åpne for alle?	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Alle bildene mine	19,44	9,66	12,73	13,16	11,61
De fleste bilder, men	11,11	5,80	16,36	15,79	9,23
Kun noen av bildene	22,22	25,12	21,82	23,68	24,11
Ingen av bildene	47,22	59,42	49,09	47,37	55,06
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Helt eller nokså uproblematisk å legge ut:

	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Reisebilde	97	100	98	100	99
Poseringsbilde i natur	95	98	100	97	98
Familiebilde oppstilt	78	91	89	95	90
Poseringsbilde modell	81	87	95	95	88
Poseringsbilde med alkohol	76	83	78	90	82
Kyssebilde	68	79	75	92	79
Spisebilde	62	70	69	74	69
Grimasebilde trutmunn	62	59	56	67	60
Strandbilde	46	57	42	79	56
Rotebilde	62	48	49	67	52
Festbilde med lite klær	49	49	31	69	49
Ultralymbilde	43	32	47	41	37
Festbilde	19	22	20	21	21
Total	838	876	849	987	880

Kunne du lagt ut et liknende bilde selv?

	Nordlit Man	Nordlit Kvi	Jus Mann	Jus Kvinne	Almlær Mann	Almlær Kvin	Ing. Mann	Ing. Kvinne	Total
Reisebilde	80	100	100	100	88	100	100	100	99
Poseringsbilde i natur	80	97	95	99	100	100	96	100	98
Familiebilde oppstilt	80	78	91	92	88	89	92	100	90
Poseringsbilde modell	80	81	83	89	88	96	92	100	88
Poseringsbilde med alkohol	60	78	82	84	75	79	96	77	82
Kyssebilde	80	66	75	81	62	77	96	85	79
Spisebilde	80	59	74	67	88	66	88	46	69
Grimasebilde trutmunn	80	59	57	60	75	53	77	46	60
Strandbilde	60	44	73	47	50	40	96	46	55
Rotebilde	80	59	48	49	62	47	73	54	52
Festbilde med lite klær	60	47	69	38	62	26	85	38	48
Ultralystbilde	60	41	38	29	50	47	46	31	37
Festbilde	60	12	34	15	38	17	27	8	21
Total	940	822	918	850	925	836	1065	831	879

5.8 Type kommentarer

Profilbilde	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Alltid pos	63,89	82,04	89,09	70,27	79,94
Oftest pos	25,00	13,11	5,45	18,92	13,77
Blandet	2,78	1,46	1,82	2,70	1,80
Ingen komm	8,33	3,40	3,64	8,11	4,49
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Oversikt over hva en oftest får positive kommentarer på.

POSITIVE KOMMENTARAR

	NordLit Man	NordLit Kvi	Jus Mann	Jus Kvinne	Almlær Mann	Almlær Kvin	Ing. Mann	Ing. Kvinne	Total
profilbilde	75	91	88	97	75	98	80	100	93
bilder tagget	50	84	76	89	62	96	88	77	85
egen statusoppd	75	91	79	85	62	79	80	85	82
wallpost til andre	25	91	79	84	75	77	68	100	81
bilder av andre	0	59	62	72	50	68	56	77	66
link artikkel	50	59	59	46	50	43	56	46	50
Link youtube	75	59	56	44	38	38	68	38	49

Oversikt over hva en får negative/blandet kommentarer på.

NEGATIVE/BLANDA KOMMENTARAR

	NordLit Man	NordLit Kvi	Jus Mann	Jus Kvinne	Almlær Mann	Almlær Kvin	Ing. Mann	Ing. Kvinne	Total
link artikkel	0	12	7	9	12	11	4	0	9
bildeav andre	0	9	9	9	0	11	4	8	9
egen statusoppd	0	9	12	6	12	13	4	0	8
bilder tagget i	0	0	12	6	25	4	8	0	7
link youtube	0	6	6	3	12	4	4	0	4
wallpost til andre	0	6	7	2	12	4	4	0	4
profilbilde	0	3	4	0	12	0	4	0	2

5.9 Andre sosiale medier

	Hva studerer du og er du mann eller kvinne?							
	--- NordLit ---		---- Jus ----		--- Almlær ---		---- Ing. ----	
	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne	Mann	Kvinne
Twitter	40,00	31,25	23,38	21,23	12,50	21,28	11,54	15,38
Linked In			10,39	3,45			11,54	7,69
Flickr		3,12	3,90		12,50			
Google +		15,62	10,39	3,45	12,50	4,26	11,54	23,08
Blogg.com...		21,21	2,60	6,90		12,77	3,85	
MySpace	20,00		2,60	1,38		2,13		7,69
YouTube	40,00	21,88	38,96	13,10	62,50	14,89	42,31	21,43
Er ikke på andre sosiale medier	28,57	28,12	16,46	41,78	25,00	38,30	21,43	30,77

5.10 Facebook er viktig for:

For nettverksbygg ing	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Svært viktig	5,71	4,41	1,85	7,89	4,53
Nokså viktig	22,86	30,88	18,52	18,42	26,59
Verken eller	20,00	28,92	18,52	36,84	27,19
Nokså uviktig	31,43	25,00	22,22	15,79	24,17
Svært uviktig	20,00	10,78	38,89	21,05	17,52
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

I skolesammenhe ng	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Svært viktig	11,11	19,61	20,00	5,26	17,12
Nokså viktig	38,89	38,73	30,91	26,32	36,04
Verken eller	13,89	13,24	16,36	26,32	15,32
Nokså uviktig	22,22	15,69	16,36	15,79	16,52
Svært uviktig	13,89	12,75	16,36	26,32	15,02
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Hvordan Fremstå for venner	Hva studerer du				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Svært enig	33,33	16,82	18,18	7,89	17,78
Litt enig	38,89	53,27	41,82	39,47	48,40
Usikker	2,78	8,88	5,45	7,89	7,58
Litt uenig	16,67	12,62	14,55	31,58	15,45
Svært uenig	8,33	8,41	20,00	13,16	10,79
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

FB-profilen					
Bør reflek- tere meg	Hva studerer du				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Svært enig	25,00	18,31	18,18	10,53	18,13
Litt enig	47,22	47,89	41,82	42,11	46,20
Usikker	0,00	9,86	14,55	21,05	10,82
Litt uenig	19,44	17,37	16,36	13,16	16,96
Svært uenig	8,33	6,57	9,09	13,16	7,89
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

5.11 Sosial bakgrunn

Fars inntekt

Hvor stor bruttoinntekt vil du anslå at din far hadde i fjor?	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Ingen inntekt	0,00	0,97	0,00	0,00	0,59
Under 100 000	2,63	0,49	1,85	2,38	1,18
100 000 - 199 900	0,00	0,97	1,85	0,00	0,88
200 000 - 299 900	7,89	2,43	1,85	2,38	2,94
300 000 - 399 900	10,53	5,34	22,22	14,29	9,71
400 000 - 499 900	26,32	13,59	11,11	23,81	15,88
500 000 - 599 900	10,53	12,14	1,85	4,76	9,41
600 000 - 799 900	7,89	16,50	3,70	7,14	12,35
800 000 - 999 900	0,00	11,17	5,56	19,05	10,00
1000 000 - 1 199 999	0,00	6,80	0,00	2,38	4,41
1 200 000 - 1 399 999	0,00	3,88	1,85	2,38	2,94
1 400 000 eller mer	0,00	7,28	3,70	4,76	5,59
Vet ikke	18,42	8,74	20,37	9,52	11,76
Ikke aktuelt ? svare	15,79	9,71	24,07	7,14	12,35
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fars høyeste fullførte utdanningsnivå

Hva er/var din fars høyeste fullførte utdanningsnivå?	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Kun ungdomsskole	0,00	1,46	5,66	7,14	2,65
Fagbrev	21,05	11,65	18,87	23,81	15,34
Videregående skole 1-	5,26	2,91	9,43	7,14	4,72
Videregående skole 3-	7,89	8,25	1,89	9,52	7,37
Høyskole/uni 1-2 år	5,26	9,71	5,66	9,52	8,55
Høyskole/uni 3-4 år	18,42	19,90	16,98	19,05	19,17
Høyskole/uni 5-6 år	23,68	35,44	9,43	14,29	27,43
Høyskole/uni ph.d +	2,63	5,34	5,66	2,38	4,72
Ikke relevant spm.	15,79	5,34	26,42	7,14	10,03
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fars interesse for kulturprodukter

Klassisk musikk	Hva studerer du?				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Ja	24,32	34,15	24,53	28,57	30,86
Nei	54,05	53,17	54,72	57,14	54,01
Vet ikke	21,62	12,68	20,75	14,29	15,13
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Teater	RECODE of v02fag (Hva studerer du?)				Total
	NordLit	Jus	Almlær	Ing.	
Ja	27,78	31,03	9,43	11,90	24,85
Nei	55,56	58,13	66,04	73,81	61,08
Vet ikke	16,67	10,84	24,53	14,29	14,07
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

		Hva studerer du?				
Bildekunst		NordLit	Jus	Almlær	Ing.	Total
Ja		32,43	32,02	16,98	7,14	26,57
Nei		51,35	55,17	58,49	69,05	57,01
Vet ikke		16,22	12,81	24,53	23,81	16,42
Total		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Klassisk		Hva studerer du?				
norsk litteratur		NordLit	Jus	Almlær	Ing.	Total
Ja		29,73	37,81	16,98	14,29	30,63
Nei		56,76	49,25	52,83	73,81	53,75
Vet ikke		13,51	12,94	30,19	11,90	15,62
Total		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00