



**JMG – INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK,
MEDIER OCH KOMMUNIKATION**

Flera roller, ett framträdande

En kvalitativ studie om Facebook-användare och deras publik

Författare: Nina Cederholm

Program:	Medie- och kommunikationsvetenskap vid Göteborgs Universitet
Kurs:	Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap, 15hp
Nivå:	Kandidat
Termin:	Vårterminen 2016
Handledare:	Malin Sveningsson
Kursansvarig:	Malin Sveningsson

Abstract

Titel	Flera roller, ett framträdande – En kvalitativ studie om Facebook-användare och deras publik
Författare	Nina Cederholm
Program	Medie- och kommunikationsvetenskap vid Göteborgs Universitet
Kurs	Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap, 15hp
Nivå	Kandidat
Termin	Vårterminen 2016
Handledare	Malin Sveningsson
Kursansvarig	Malin Sveningsson
Examinator	Marie Grusell
Sidantal	30 sidor
Antal ord	16795 ord
Syfte	Syftet med studien är att undersöka hur Facebook-användare reflekterar över och hanterar sin heterogena publik på Facebook.
Metod och Material	Sju kvalitativa respondentintervjuer
Huvudresultat	<p>Denna studie visar att intervjupersonerna upplever sig ha blivit mer restriktiva i delandet av privat information, samt med vilka de accepterar som vänner på Facebook. De har även tagit bort tidigare accepterade Facebook-vänner och valt att dölja eller ta bort information om sig själva, som de inte är bekväma med att alla i deras publik kan se.</p> <p>Intervjupersonerna hanterar sina olika roller gentemot sin publik genom att i högre utsträckning kommunicera i slutna grupper, och på Messenger. De ser även fördelar med ett heterogent nätverk, då plattformen möjliggör smidig kommunikation. Dock begränsas kommunikation på vissa punkter av mediet, i jämförelse med fysisk interaktion. Intervjupersonernas Facebook-användande definieras sammanfattningsvis som mer strategiskt idag, i jämförelse med när de var nya användare av plattformen.</p>
Nyckelord	<i>Goffman, Facebook, Facebook-användare, roller, heterogen publik, publikåtskillnad, region, interaktion, respons</i>

Executive summary

The purpose of this thesis is to examine how Facebook-users reflect on and handle the heterogeneity of their audience on Facebook, in relation to their use of the platform. This is based on the fact that people interact differently, depending on whom they are interacting with. In some aspects social media offers the same possibilities as in real life. However it is more difficult to tailor one's performance for different audiences, and also to be aware of how the audience really react, caused by the physical distance.

The use of social media continues to grow and Facebook is the platform with the most Swedish users. It has been speculated for many years when the popularity of Facebook will decline, but instead the number of users continues to grow. At the same time Facebook is worried about their users sharing less information about themselves. Facebook argues it is because of the heterogeneity of the users network, causing *context collapse*, meaning that norms, expectations and relationships collide. Others argue it is because Facebook has favoured business interest, on the cost of their users trust. It is therefore interesting to study Facebook as platform, since it stills dominate in number of users, and at the same time is noticing a difference in usage behaviour. Previous research has focused on how people reflect on and handle an invisible audience. This study however examines how users reflect on and handle their chosen public, in terms of accepted Facebook-friends.

Based on the purpose, three core issues where developed: (i) in what way does the respondents use Facebook (ii) how do they reflect on limitations of their audience (iii) how do they handle, and perhaps avoid, conflict between their different roles and their use of Facebook.

The theoretical lens of the study was the sociologist Erving Goffman's dramaturgical perspective on society and human interaction, with the metaphor of theatrical performance as a framework. In short, people stages different performances for different audiences, depending on the current social situation. As an actor, a person can choose to enhance and hide different aspects of oneself, in an effort to manage the impression he or she gives off. The performance is presented in the front region, while the back region enables a more relaxed behaviour. In order for an actor to control its front region, the actor can apply *audience segregation*. Since Goffman's theoretical work is based on physical interaction, this study's theoretical framework is extended further with the sociologist Anders Persson's interpretation and development of Goffman's work, and how it applies on new phenomena such as the Internet and social media.

A qualitative approach was selected as research methodology. Qualitative interviews were conducted with 7 Facebook-users, aged 22-38 years. The age group was chosen since people at that age often are studying, travelling, starts working, change work, and builds a family. It is therefore argued that in this period of life, individuals are continuously experiencing new meetings with people, which possibly also leads to a more heterogeneous network on Facebook. The aim of the group of respondents was also to ensure equal representation of males and females. The group ultimately consisted of 4 females and 3 males all living in and around the city of Gothenburg. The interview transcripts were coded according to three themes, based on the study's core issues, and analysed.

Findings show that respondents felt they are using Facebook differently today, in comparison to when they were new users. They are posting less about themselves and are instead interacting more with their Facebook-friends on closed groups and on Messenger. Facebook is also used to update oneself about news and happenings in one's surrounding, as well as amusement. The respondents use the platform to express both content that belongs to the front region, as well as the back region. The difference from the respondents' earlier usage is that they today have

divided the regions in a more concrete manner, for example by communicating content belonging to the back region by using Messenger.

The respondents have also become more restrictive with whom they accept, and give permission to stay in their audience. In cases where the respondents were less consistent in their restrictions, three different aspects were detected to explain why. These consist of (i) accepting a friend request to avoid embarrassment or conflict offline (ii) keep a Facebook-friend in order to stay updated about that person's life (iii) Facebook-friends that were not noticed by the respondents on the platform, stayed in their audience simply because of that. How the respondents have handled limitations of their audience can be divided into three steps: (i) as new users the respondents' audience were people belonging to the respondents' back region (ii) gradually the respondents' audience increased in number of friends, including both front and back region (iii) in order to gain more control the respondents have now developed a more conscious approach for deciding which people are allowed to stay, enter and leave the audience.

Finally, respondents handle their different roles toward their heterogeneous audience by posting less for the whole audience to see, and have some times also erased information and images published on their profile. This also proves a way for the respondents to lower the risk of negative response from the audience, since this is difficult to detect on Facebook. For a more direct interaction, the respondents are instead using groups and Messenger to target a more homogeneous audience. The respondents' use of Facebook is therefore defined as more strategic today, in comparison to their early use of the platform.

The respondents' different usage-behaviour corresponds with the trend that Facebook themselves has noted. Even though the respondents are posting less about themselves for everyone to see, they still use the platform and see a lot of positive aspects with it, and Facebook are still the most used social network. It is therefore argued that Facebook consider these changes by further enhancing the possibilities for audience segregation and clarifies limitations between front and back region.

This thesis studied the age group that was estimated to have the most heterogeneous network on Facebook as possible. Further research could compare two age groups with each other, for example younger and older users, since there might be differences in how these two age groups reflect on and handle their public. This because younger users have had social media as a more natural part of their every day life, in comparison to older users. Another interesting aspect, based on the study's result, would be to examine differences in how users reflect on their audience on Instagram, in comparison to Facebook. This since the respondents had become more restrictive in posting pictures on Facebook, since this often felt too private. At the same time Instagram was the social network that grew the most in Swedish users 2015, a picture-only platform. A comparative study between the two platforms could contribute with further understanding on however users way of acting, and viewing, new media changes over time.

Innehållsförteckning

Inledning	1
Syfte och frågeställningar	2
Bakgrund	3
Vad menas med ett socialt medium?	3
Facebook	3
Profil	3
Facebook-vän	3
Publicera, dela och gilla	4
Nyhetsflöde	4
Grupper och Messenger	5
Offentlig information	5
Teori	6
Tidigare forskning	6
Problematiken med publiken	6
Anpassning utifrån publiken	7
Teoretisk utgångspunkt	7
Utsända och överförda uttryck	8
Regioner	8
Framre region	8
Bakre region	9
Utsidan	10
Publikåtskillnad	10
Social interaktion på sociala medier	11
Takt visavi takt	11
Stabila intryck	12
Metod	13
Urval av intervjupersoner	13
Genomförande	14
Sammanfattande reflektioner kring metod	16
Resultat och Analys	17
Ett förändrat användande sedan start	17
Användande idag	18
Plattformens regionstillhörighet	19
Gränsdragningar av publiken	19
Svårare gränsdragningar	20
Olika publiker på ett och samma konto	21
Olika roller, ett Facebook-konto	22
Positiv och negativ respons	24
Mediets begränsningar	25
Ett mer strategiskt användande	26
Diskussion	28
Reflektioner kring metod och genomförande	29
Förslag på fortsatta studier	29
Referenser	
Bilaga: Intervjuguide	

Inledning

Tänk dig att varje gång du ville berätta, eller ha en åsikt om någonting, så skulle du uttrycka det på samma sätt inför alla du känner. Inte enbart för din partner, vänner, familj, eller arbetskollegor, utan alla satt samlade på samma gång. Även farmor. Hur skulle det kännas?

I verkliga livet kan vi i högre utsträckning styra vilka sidor och vilken bild av oss som vi presenterar, och vi kan anpassa detta beroende på vem vi träffar. Vi skulle till exempel inte bete oss likadant mot en ny bekant som vi gör mot vår närmsta vän. Det kan upplevas som en självklarhet. Men hur självklart är det egentligen på sociala medier?

På sociala medier kan man visserligen också konstruera och forma bilden av sig själv. Det görs genom vilka man följer, vilka man kommunicerar med, vilka bilder och texter man publicerar och delar, och hur man dokumenterar sitt dagliga liv. Skillnaden är att inom ett och samma socialt medium har vi i regel endast ett konto, där alla våra olika kontakter samlas. Vi har en så kallad *heterogen publik* vilket gör det svårare att veta om alla uppfattar bilden vi skapar om oss så som vi vill (French & Read, 2012, s.1051). Det som någon i din publik till exempel tycker är roligt, kan uppfattas negativt av någon annan (French & Read, 2012, s.1049). Det som du vill delge några i din publik, kanske inte är lika lämpligt eller nödvändigt att alla får reda på.

Med det sagt ska det inte förenklas så mycket till att man i verkliga livet inte kan hamna i svårhanterliga sociala situationer. Skillnaden är den distans som sociala medier innebär. Det går inte att veta exakt vem som sett vad och hur dessa har reagerat på ens innehåll. Det du offline kan läsa av som en negativ reaktion hos någon, med möjlighet att rätta till, går inte på samma sätt på sociala medier. Vidare bygger sociala medier på snabbhet, att man "uppdaterar i stunden". Det i sig kan påverka hur lång tid man faktiskt lägger på att reflektera över exakt vilka som kommer se och läsa det man gör.

Under konstant utveckling

Sociala medier fortsätter att växa i Sverige för varje år. I alla åldersgrupper över 16 år är Facebook det dominerande och mest populära sociala mediet (Findahl, 2015). År 2015 använde 91 % av den svenska befolkningen Internet, och 70 % av dessa använde Facebook. Det går att jämföra med det näst mest populära sociala mediet, den bildbaserade plattformen Instagram, som visserligen ökade mest i svenskt användartantal under 2015, men som fortfarande bara används av 40 % av de svenska internetanvändarna (Findahl, 2015). Internetstiftelsen i Sverige konstaterar att man under flera års tid har spekulerat om när Facebooks popularitet ska dala. Det har ännu inte inträffat, utan Facebooks användarantal fortsätter istället att stiga.

På samma gång skriver Anna Lauren Hoffmann i en artikel, publicerad i The Guardian under april 2016, om Facebooks oro över att deras användare delar mindre information om sig själva. Facebook hävdar att detta grundas i användarnas heterogena publik, eller så kallad *kontext kollaps* (eng. *context collapse*) vilket gör att normer, förväntningar och relationer blandas och stör varandra. Hoffmann argumenterar istället för att plattformen är en kontext i sig, som under för lång tid gynnat företagets intressen istället för användarnas, och därmed konstant uppmuntrat sina användare att dela mer, istället för att utveckla bättre sekretessinställningar.

Sociala medier är alltså under konstant utveckling och Facebook som plattform är intressant att studera då den dominerar i antalet användare, samtidigt som företaget upplever ett förändrat beteende hos sina användare. Därmed är det intressant att undersöka närmare hur Facebook-användare själva resonerar kring sitt användande och sin heterogena publik, samt om de upplever en konflikt mellan dessa två.

Tidigare forskning som studerat Facebook och användarnas publik har i huvudsak fokuserat på hur användare hanterar delandet av privat information i förhållande till en potentiell eller osynlig publik¹. Den här uppsatsen kommer istället att bidra med fördjupad kunskap om hur Facebook-användare resonerar kring och hanterar sin valda publik, alltså de personer som de accepterat att vara "vän" med på Facebook, vilket är en aspekt som flertalet forskare hävdar behöver studeras närmare (se till exempel boyd, 2008; French & Read, 2012; Persson, 2012, Van Dijck, 2013).

Syfte och frågeställningar

Syftet med studien är att undersöka hur Facebook-användare reflekterar över och hanterar sin heterogena publik på Facebook.

- **På vilket sätt använder sig intervjupersonerna av Facebook?**
Frågeställningen syftar till att ta reda på hur intervjupersonerna använder sig av Facebook, ifall plattformen fyller olika användningsområden för dem och om de upplever sig använda plattformen på samma sätt idag som när de var nya användare.
- **Hur resonerar intervjupersonerna kring gränsdragningar av publiken?**
Frågeställningen ämnar få svar på hur intervjupersonerna resonerar kring vilka de accepterar, och inte accepterar, som Facebook-vän, och varför.
- **Hur hanterar, och eventuellt undviker, intervjupersonerna konflikten mellan sina olika roller och deras Facebook-användande?**
Frågeställningen syftar till att svara på ifall intervjupersonerna uttrycker sig likadant till alla i sin publik, eller om de anpassar sitt användande utifrån sina olika roller, och i så fall på vilket sätt.

¹ För en mer utförlig diskussion om tidigare forskning, se uppsatsens teoriavsnitt.

Bakgrund

I detta kapitel presenteras inledningsvis en allmän definition av sociala medier. Vidare redogörs det för Facebooks utveckling sedan plattformen grundades, vilket kompletteras med en begreppsdefinition av några av plattformens funktioner, då dessa hänvisas till återkommande genom hela uppsatsen.

Vad menas med ett socialt medium?

En vanligt förekommande definition som används för att beskriva sociala medier är utformad av boyd och Ellison (2007). De delar upp innebörden i tre delar och definierar enligt följande:

“We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.” (boyd & Ellison, 2007, s.211)

Även om sociala medier visserligen erbjuder möjligheten att lära känna främlingar, använder sig ändå merparten av dess användare det till att hålla kontakt med personer som de har någon form av relation till offline (boyd & Ellison, 2007, s.221).

Facebook

Facebook grundades 2004. Från början kunde enbart college studenter på det amerikanska universitetet Harvard vara medlemmar. Efter hand utökades detta till andra universitet, men studenter som gick med i nätverket var fortfarande tvungna att ha en mailadress knuten till något av de aktuella universiteten. Under hösten 2005 började Facebook att öppna upp plattformen mer och mer, för att till slut göra det möjligt för vem som helst att bli medlem (boyd & Ellison, 2007, s.218).

Profil

Facebook menar att en användares *profil* uttrycker vem användaren är, genom en samling av foton, händelser och upplevelser som är kopplad till användaren, antingen publicerad av användaren själv eller som hen har taggats i av sina Facebook-vänner. Loggen som allting samlas i kallas för användarens *tidslinje*. På användarens profil kan användaren uppdatera och ändra sin profiltbild, redigera allmän information om sig själv, samt publicera livshändelser (Facebook, 2016j).

Facebook-vän

En vänförfrågan är helt enkelt en förfrågan om att bli Facebook-vänner, som en användare kan skicka ut till andra Facebook-användare. En användare som får en vänförfrågan kan välja att acceptera förfrågan eller inte. Användaren som har sänt ut förfrågan får ingen notis om det är så att personen inte väljer att acceptera. Man kan även välja att ta bort tidigare accepterade Facebook-vänner. Borttagna Facebook-vänner får inget meddelande om detta (Facebook, 2016k).

På Facebook går alltså alla ens kontakter under begreppet ”vän”, oavsett om personen är ett syskon, en partner eller en förälder. Därmed ska förtydligas att när begreppet *Facebook-vän* används i denna studie så menas alltså inte enbart vänner i den strikta bemärkelsen, utan inkluderar alla möjliga former av relationer.

Publicera, dela och gilla

Publicera, dela och gilla inlägg är tre exempel på aktivitet som syns i nyhetsflödet. En användare publicerar en statusuppdatering som kan bestå av text, bild/er, vart man befinner sig, hur man mår eller vad man gör. Användaren väljer avslutningsvis *målgrupp*, där man kan välja om statusuppdateringen ska vara offentlig, visas enbart för ens Facebook-vänner eller för vänners vänner. Det går även att välja målgruppen *anpassad*, vilket innebär att man kan ställa in på individnivå exakt vem som ska och inte ska få se något man publicerar. Det kan regleras manuellt för varje specifik statusuppdatering, delning eller bild som användaren publicerar (Facebook, 2016g).

Användare kan sedan *tagga* Facebook-vänner i inlägget, vilket innebär att de kopplas till inlägget. Statusuppdateringen blir då tillgänglig för den taggade Facebook-vännens vänner, såvida användaren som publicerar statusuppdateringen inte ändrar inställningen och gör det synligt endast för sina egna Facebook-vänner (Facebook, 2016d).

Att dela ett inlägg innebär att man sprider någon annans inlägg. Det kan vara en statusuppdatering, en nyhetsartikel, en video eller liknande. Ett inlägg kan delas på användarens egen, eller en väns tidslinje, i en grupp eller sida eller i ett privat meddelande. Användaren kan även välja att skriva en egen text till det delade inlägget (Facebook, 2016d).

Slutligen innebär en gilla-markering att användaren kan visa att hen tycker att något är intressant, utan att kommentera det. Alla som kan se inlägget kan se att användaren gillat det. Personen som lagt upp inlägget får en avisering om att användaren gillar det, och råkar personen vara en Facebook-vän publiceras det som en händelse på användarens tidslinje (Facebook, 2016f). I slutet av februari 2016 införde Facebook även så kallade *reagera-symboler*, utformade som *emojis*². Detta efter att ha konstaterat att deras användare ansåg att en gilla-markering kunde vara missvisande, och att reaktioner som att bli arg eller ledsen över något var svårare att visa (Krug, 2016).

Nyhetsflöde

På Facebook-användarnas *Nyhetsflöde* samlas information om deras Facebook-vänners senaste aktivitet, nyheter och händelser i omvärlden, samt reklam-inlägg. Nyhetsflödet fick massiv kritik när det infördes 2006, då användarna upplevde det som att deras privata information plötsligt blev synlig för alla. Facebooks grundare Mark Zuckerberg menade att all information alltid varit tillgänglig, via användarnas profiler. Facebook hade endast ändrat på vilket sätt dessa data presenterades (boyd, 2008, s.14). Då kritiken från användarna fortsatte ändrade Facebook sina sekretessinställningar så att deras användare kunde kontrollera exakt vilka av deras aktiviteter som kunde synas på nyhetsflödet³.

Det som visas i en användares nyhetsflöde idag påverkas av olika faktorer. Det påverkas delvis av användarens egen aktivitet, till exempel genom vilka grupper och sidor som användaren gillar, följer och/eller publicerar inlägg i. Det påverkas även av vilka Facebook-vänner som användaren interagerar mest med, då aktivitet från dessa prioriteras framför andra Facebook-vänner (Facebook, 2016c). Hur stort antal gilla-markeringar och/eller kommentarer som ett inlägg får påverkar också, då det ökar chansen att det dyker upp i användarens nyhetsflöde. Användaren kan även reglera själv vad som kommer upp i hens nyhetsflöde. Genom att justera inställningarna kan hen välja, eller välja bort att få uppdateringar från till exempel vissa Facebook-vänner, grupper eller sidor (Facebook, 2016e).

² Figurer som kan användas för att till exempel uttrycka humör (Nationalencyklopedin – *Emoji*)

³ För en mer utförlig diskussion, se uppsatsens teorikapitel.

Grupper och Messenger

På Facebook kan användarna även skapa *grupper*, vilket är privata forum där man kan kommunicera genom att publicera statusuppdateringar, foton eller dokument. Grupper kan även vara offentliga. Då blir allt som publiceras, gillas eller kommenteras i gruppen automatisk offentlig information. Användarna behöver inte vara Facebook-vänner för att kunna kommunicera med varandra i en grupp (Facebook, 2016a).

Messenger är Facebooks privata chattfunktion. Den går att använda som en separat applikation, eller via Facebook. Meddelanden via Messenger kan liknas vid sms. Det är kostnadsfritt, användaren kan se vilka som läst ett meddelande och man kan även dela foton och filmklipp och skicka filer eller dokument. Man måste inte vara Facebook-vänner för att kommunicera med varandra genom Messenger. Användare kan kommunicera en och en, eller i gruppchattar med varandra (Facebook, 2016h).

Offentlig information

Viss information om en användare är alltid offentlig på Facebook. Mer specifikt innebär det information om användarens namn, åldersintervall, kön, språk, land, profilbild, omslagsbild och nätverk (i form av till exempel skola eller arbetsplats). Det kräver dock att användaren har fyllt i ovanstående information. Det är till exempel frivilligt att fylla i vart man studerar eller arbetar.

2014 beslutade Facebook att ändra grundinställningen, från att användarnas postade statusuppdateringar automatiskt blev offentliga, till att de istället automatiskt enbart visades för användarens Facebook-vänner. Om en användare vill publicera något offentligt behöver hen alltså själv ställa in detta. Det innebär även att nästkommande statusuppdateringar automatiskt blir offentliga, om inte användaren väljer att ändra tillbaka målgruppen till "vänner" (Magid, 2014).

Om användaren väljer att ställa in målgruppen "offentlig" när hen publicerar en statusuppdatering kan inlägget visas av alla, även för personer som inte är användare på Facebook. Det kan även ses av personer som använder andra medier som tryckt material, sändningar och andra webbsidor på internet. Offentlig information kan alltså förknippas med en användare även utanför Facebook och visas antingen när någon söker inom Facebooks plattform, eller på en annan sökmotor (Facebook, 2016j).

Teori

I detta kapitel presenteras inledningsvis vad tidigare forskning har kunnat konstatera om Facebook-användarnas användande och publik. I kapitlets andra del presenteras studiens teoretiska utgångspunkt.

Tidigare forskning

Facebook upplevdes av sina användare till en början som en stängd plattform för privat och personlig användning (boyd & Ellison, 2007 s.218). Det kan förklara den massiva kritik som användarna riktade mot Facebook när plattformen lanserade nyhetsflödet 2006, som tidigare nämnts i uppsatsens bakgrundskapitel. danah boyd (2008) jämför införandet av nyhetsflödet med om en person skulle tala med en annan i ett rum med hög musik. Personen skulle anpassa sin röst tillräckligt mycket för att den andra skulle höra, men inte så högt så att resten av rummet skulle kunna göra det. Plötsligt skulle musiken tystna och det personen höll på att säga skulle uppfattas av samtliga närvarande i rummet. Oavsett om personen berättade något pinsamt eller inte, skulle hen i vilket fall överraskas av den förändrade situationen, och kanske känna sig generad, just på grund av att hen tappat kontrollen (boyd, 2008, s.15). Hur användarna upplevde införandet av nyhetsflödet kan alltså liknas vid detta. Det som tidigare krävde att någon aktivt gick in på en användares profil för att leta upp, presenterades nu istället automatiskt för alla, via nyhetsflödet. Sådan information som förut kunde gå obemärkt förbi blev nu alltså svår att missa. Dessutom innebar nyhetsflödet att information om en användare togs ur sin kontext. På en användares profil utgjorde informationen en del av bilden av personen, vilket den inte gjorde i nyhetsflödet (boyd, 2008, s.13). Nyhetsflödet innebar därmed att användarna blev tvungna att agera mer medvetet, då varje händelse exponerades för alla deras Facebook-vänner. Därmed lades mer ansvar på användaren själv, trots att det kunde vara svårt att minnas exakt vilka vänner hen hade, svårt att på förhand veta hur de skulle reagera och svårt att få reda på om någon hade uppfattat något negativt (boyd, 2008, s.16).

Facebooks beslut att göra det möjligt för användarna att kontrollera vilken av deras aktivitet som de *inte* ville skulle visas i nyhetsflödet kritiserades av boyd (2008). Hon menar att genom att utgå från att allt skulle vara synligt, och att användarna därmed behöver välja vad som ska döljas, kan i sig skapa en undran hos andra; vad exakt är det hen döljer, och varför?

Problematiken med publiken

boyd (2008) använder sig av begreppet *social konvergens* (eng. *social convergence*) för att beskriva det faktum att en Facebook-användares olika relationer och kontakter samlas på en och samma plattform. Med social konvergens menas alltså att skilda sociala kontexter smälts samman till en och samma. Människor behöver därmed hantera alla olika publikker på ett och samma sätt, utan tillgång till ett "socialt manus". Dessutom har studier visat att Facebook-användare valt att acceptera vänförfrågningar från personer de känner, men egentligen inte vill ha kontakt med, för att på så sätt undvika konflikt (Hooper och Kalidas, 2012). Senare forskning har vidare bekräftat att det inte alltid är självklart för användarna att hantera denna sociala konvergens, och att de i vissa fall till och med tenderar att ignorera den.

Till exempel visar Hooper och Kalidas (2012) studie att yngre användare hade svårt att avgöra exakt var gränsen går mellan vilket beteende och vilken typ av information som var acceptabelt att dela och inte. Ett sätt att hantera detta var att se hur andra gjorde, och göra likadant själv. Miller, Parsons och Lifer (2010) konstaterar däremot i sin studie, gjord på amerikanska collegestudenter, att de valde att dela privat information på Facebook, trots att de var medvetna om att det inte var lämpligt för vem som helst att se det, samt att det kunde ge negativa konsekvenser om obehöriga fick tillgång till informationen. Studenterna ansåg själva att

potentiella arbetsgivare var den publik som de minst ville skulle få tillgång till informationen de delade. Det här motsägelsefulla beteende hos de unga användarna menar forskarna påverkades av att man upplevde att risken för negativa konsekvenser av sitt postande var relativt låg. Detta då de kunde konstatera ett samband mellan äldre studenter, som var nära examen och därmed närmare att börja söka jobb, och ett lägre postade av sådan typ av material, i jämförelse med studenter som precis börjat sin utbildning.

Studier som gjorts utifrån publikens perspektiv har kunnat konstatera att användare ansåg sig kunna uttala sig om en främlings personlighet enbart genom att få titta på hans Facebook-profil (Lee Farquhars 2013). Dessutom har man sett tendenser till att det innehåll som postas av andra, om en individ, är mer inflytelserik när det kommer till hur den individen uppfattas. Detta för att informationen anses mer objektiv och sanningsenlig än det innehåll som individen själv kan styra över (Walther & Park i Walther, Van Der Heide, Kim & Westerman, 2008). Detta försvårar därmed ytterligare för en användare att kontrollera hur hen uppfattas av andra.

Anpassning utifrån publiken

Det finns även tidigare forskning som undersökt hur användare rent konkret skulle kunna hantera problematiken med sin splittrade publik. José Van Dijck (2013) gör en jämförande studie mellan Facebook och LinkedIn, ett socialt medium, som till skillnad från Facebook, är utformat för professionellt nätverkande. Van Dijck menar att som användare på båda plattformarna kan användarna skilja på sin professionella roll (LinkedIn) och den mer privata (Facebook). Detta problematiseras dock utav att arbetsgivare i högre utsträckning visat sig vara mer intresserade av informationen på en arbetssökandes personliga sida, alltså deras Facebook-profil snarare än deras professionella presentation på LinkedIn. Dessutom strävar plattformarna själva efter att styra sina användare att forma en enda uniform och "sann" bild av sig själva, inom en och samma plattform. Det ger nämligen plattformen en mer enhetlig och konsekvent data om användarna, vilket kan vara till fördel för plattformens annonsörer. Van Dijck konstaterar därmed att sociala medier inte är neutrala platser för användare att forma och kontrollera bilden utav sig själva, utan att det snarare är plattformen som har makten att forma bilden utav användaren.

Bibi van den Berg och Ronald Leenes (2011) argumenterar i sin studie för att användarna ska ha möjligheten att dela upp sin publik utifrån relation, inom en och samma plattform. Forskarna konkretiserar detta genom att konstruera en egen social plattform, där användaren har olika profiler för olika grupper av individer inom en och samma kontaktlista. Problematiken de själva resonerar kring är att användaren kan uppleva att det blir för omständligt och därmed inte känna sig motiverad att så noga dela upp sitt nätverk efter olika roller, och här går resultaten från tidigare forskning isär. French och Read (2012) konstaterar i sin studie att Facebook-användare upplevde plattformens delningsinställningar som krångliga och svåra, samt att de hela tiden utvecklades och uppdaterades, varför respondenterna valt att inte sätta sig in och lära sig dem. French och Read (2012) problematiserar detta då en möjlig konsekvens är att folk i fortsättningen kommer att dela mindre privat information, för att på det sättet istället få kontroll, vilket gör att plattformens funktion för användarna i förlängningen skulle kunna upphöra. Van den Berg och Leenes (2011) menar dock att fördelarna med att dela upp sin publik väger över, samt refererar till Zeynep Tufekcis (2008) artikel som konstaterar att användare i regel vill kunna kontrollera vem som kan se vad, när möjligheten för dem erbjuds.

Teoretisk utgångspunkt

Denna studie tar avstamp i sociologen Erving Goffmans (1959/2009) dramaturgiska samhällsperspektiv. Det innebär i korthet att människor antar olika roller beroende på vilken social situation de befinner sig i, och att varje social situation tolkas och värderas för att avgöra vilken roll vi ska *spela*. Människor benämns av Goffman som *agerande* eller *publik*. I interaktionen med andra individer spelar människan rollen som agerande och publik på samma

gång. Som agerande anpassar man sitt *framträdande* genom att tona ner vissa aspekter av sig själv och framhäva andra, i ett försök att styra det intryck av sig själv (*eng. impression management*) som skapas hos den aktuella *publiken*.

I allmänhet handlar Goffmans studier om interaktionen mellan människor som befinner sig i varandras fysiska närhet. Därför kompletteras den teoretiska inramningen ytterligare av sociologen Anders Perssons (2012) tolkning och utveckling av Goffmans perspektiv, där Goffmans studier bland annat används för att förstå senare fenomen som Internet och sociala medier.

Utsända och överförda uttryck

När två individer interagerar får individerna *social information* om varandra, genom förmedling av *utsända* och *överförda uttryck* (*eng. expression given, expression given off*). Utsända uttryck är sådana som en individ kan kontrollera i viss mån, som vad man väljer att säga och inte säga, medan överförda uttryck mer är kopplat till kroppsspråk och sådant kroppen gör som kan vara svårare att kontrollera, som att rodna, svettas eller gråta (Goffman, 1959/2009, s.12). Ansiktet är vårt främsta uttrycksmedel för utsända uttryck, samtidigt som det på samma gång tolkas av andra, vilket gör att ansiktet kombinerar både utsända och överförda uttryck (Persson, 2012, s.261). Insamlandet av social information fyller en funktion för individer, då man har ett behov av att skaffa sig en förståelse för den man interagerar med, för att på så sätt kunna definiera situationen och hur man själv ska framställa sig. Relevant social information för en individ kan vara att ta reda på den andres kompetens, pålitlighet och attityd, både till hen själv och till individen (Goffman, 1959/2009, s.11).

Regioner

Goffman använder sig av begreppet *region*. En region kan vara vilken plats som helst, som på något sätt skärmas av och begränsas genom så kallade *perceptions- och varseblivningsbarriärer*. Goffman ger exempel på ett rum med glasväggar, i det fallet avskärmas regionen enbart auditivt men inte visuellt, medan ett rum med masonitväggar är avskärmat på motsatt sätt. Inom en och samma region kan antingen endast ett framträdande äga rum, som när någon håller tal för en publik, eller flera samtidigt, som när människor minglar på en fest (Goffman, 1959/2009, s.97).

Främre region

Region delas vidare upp i *främre* och *bakre region* (*eng. front region, back region*) för att skilja på om individen är på eller av "scen", och kan ses som skillnaden mellan offentligt och hemligt (Persson, 2012, s.107). Den *främre regionen* innebär att en individ är på scen och spelar upp ett rollframträdande för den aktuella publiken. Goffman menar att vissa delar av ett framträdande inte enbart riktar sig till publiken, utan även är anpassade till att individen befinner sig i den främre regionen (Goffman, 1959/2009, s.97). Det innebär att en del av en individs framträdande syftar till att upprätthålla och följa vissa normer, så kallade *hövlighetsnormer* och *anständighetsnormer*. Med hövlighetsnormer menas att en individ beter sig och behandlar sin publik på ett respektfullt sätt. Anständighetsnormer handlar istället om hur individen uppför sig när hen fortfarande är inom syn- och hörhåll för publiken, men inte nödvändigtvis talar med eller till den. Anständighetsnormer delas vidare upp i två undergrupper, nämligen *moraliska* och *instrumentella* krav. Moraliska krav är sådana som styrs av ett mål, där Goffman ger exempel på regler om att inte ofreda andra, att inte blanda sig i andras angelägenheter, regler om sexuell anständighet och att visa respekt för heliga platser. Instrumentella krav handlar istället om skyldigheter som till exempel en arbetsgivare kan kräva av sina anställda, som aktsamhet av egendom och uppfyllande av arbetsnormer. Goffman menar att så länge en norm upprätthålls av sanktioner, genom någon slags sanktionsgivare, påverkar det individens framträdande likvärdigt, oavsett om det handlar om moraliska eller instrumentella krav (Goffman, 1959/2009, s.98).

En individ kan välja att enbart följa och uppfylla anständighetsnormerna, till exempel för att hen vill göra ett gott intryck eller slippa sanktioner, men inte nödvändigtvis känna sig tvungen att tala till alla i publiken, alltså visa den hövlighet. Det sammanfattar Goffman enligt följande:

”De agerande kan upphöra med att uttrycka sig men kan inte upphöra med att överföra uttryck.” (Goffman, 1959/2009, s.99)

Här är det nödvändigt att kommentera att Goffmans teorier skrevs i en tid och samhälle som präglades av tydligare hierarkier än vad som kan sägas stämma in på dagens svenska samhälle. I svenska företag till exempel råder generellt en informell ledarstil, vilket bland annat innebär att anställda uppmanas att ta eget ansvar och att hjälpa till med att stärka lagarbetet (Jönsson i Lind et al, 2011, s.43). Det kan därmed sägas att relationen mellan chef och anställd är mindre auktoritär idag än när Goffman utvecklade sina teorier. Även i andra relationer som inte är jämlika, till exempel den mellan förälder och barn, ser det annorlunda ut nu än då. Med det sagt finns det naturligtvis fortfarande krav och normer som en anställd eller ett barn behöver följa, för att undvika sanktioner, men normer och värderingar har alltså kommit att förändras med tiden.

Bakre region

Den *bakre regionen* är nära ansluten till den främre, men skiljer sig på det sättet att en individ inte behöver följa samma normer, och de aspekter av en själv som man hållit undan i den främre regionen är här synliga. Goffman liknar den bakre regionen vid ”*bakom kulisserna*” där individen kan lägga av sig den roll hen spelar i den främre regionen. I den bakre regionen finns alla ens rollgestaltningar samlade, där individen tillåts att öppet konstruera illusioner och intryck. Syftet med att skilja den bakre regionen från den främre är att undvika att publiken får reda på hur den behandling de fick skiljer sig från den behandling de skulle kunnat få (Goffman, 1959/2009, s.102).

Rent konkret innebär det ett mer avslappnat beteende, som kan liknas vid hur individen beter sig i sitt eget hem, i jämförelse med sin arbetsplats. Det kan även existera en främre och bakre region på själva arbetsplatsen, där Goffman ger exempel på servitörers beteende mot restaurangens gäster (främre region) och deras beteende i restaurangköket mot sina kollegor (bakre region). Där delas även regionerna upp genom en perceptions- och varseblivningsbarriär, i form av olika rum, som skiljer regionerna från varandra och därmed möjliggör för skillnader i individens beteende. Problem med den bakre regionen är individens svårighet att kontrollera den, till exempel om man är omedveten om att det är lyhört i ens lägenhet eller om man blir påkommen av någon i publiken med att bete sig på ett olämpligt sätt (Goffman, 1959/2009, s.107-109).

En plats kan tillhöra både den främre och bakre regionen, beroende på situation. Goffman ger exempel på en chef med privat kontor, där hen både kan ha möten (främre region) men också slappna av och vara avskild från alla andra (bakre region) (Goffman, 1959/2009, s.112). Vilken region en plats tillhör varierar alltså och avgörs av det specifika framträdandet och tidpunkten.

Persson (2012) diskuterar ytterligare en dimension av främre och bakre region, då han konstaterar att:

”... man kan ha olika relationer till samma slags andra, till exempel olika anständighetsnormer och grad av närhet till olika vänner.” (Persson (2012) s.112)

Detta exemplifierar Persson genom mötet med två vänner som man står olika nära. Den ena är det självklart att ge en kram, den andra har man aldrig tidigare kramat. Ska man krama båda två eller bara den ena? (Persson (2012) s.112).

Utsidan

Avslutningsvis kan en plats även tillhöra *utsidan*, vilket är alla andra platser som inte tillhör den främre eller bakre regionen. De individer som befinner sig på utsidan betecknas *utomstående* och är inte menade att ta del av vare sig den agerandes aktuella framträdande i den främre regionen, och inte heller den bakre regionen. Detta då utomstående kan få ett annat intryck av den agerande än vad de fått då de är tänkta som publik. Om detta skriver Goffman:

”När människor bevittnar ett agerande som inte var avsett för dem kan de alltså bli lika besvikna på det som på det agerande som är avsett för dem.” (Goffman (1959/2009) s.121)

Människor kan alltså vara publik i vissa situationer och utomstående i andra. Ett konkret exempel är att anställda är publik för en individ som agerar i rollen som chef. När samma agerande istället umgås hemma med sin familj är de anställda utomstående. Detta grundar sig i att den person som den agerande är i rollen som chef inte nödvändigtvis är densamma som hen är i umgänget med sin familj. Lösningen på detta är alltså att en individ delar upp sina publikker efter sina olika roller (Goffman, 1959/2009, s.120-122). Detta utvecklas mer ingående nedan.

Publikåtskillnad

Som konstaterat redan i uppsatsens inledning så betar vi oss inte likadant mot en ny bekant som med en nära vän. Olika publikker kräver alltså olika rollprestationer. För att kunna hantera sina olika roller måste individen ha kontroll över den främre regionen. Detta uppnås genom *publikåtskillnad*, (*eng. audience segregation*), alltså att individen delar upp sin publik för att lyckas skilja sina olika roller åt. På det sättet får personer som ser individen i en roll, inte se hen i en annan (Goffman, 1959/2009, s.122). Detta för att publiken kan ha uppfattningen om att den roll som en agerande spelar för dem är lika med den agerandes *hela* person. Publiken skulle därmed inte heller acceptera om individen försökte att sudda ut gränserna och spela samma roll mot alla publikker då publiken kan tycka att:

”... den sparar en massa tid och emotionell energi om den har kvar rätten att betrakta den agerande efter hans eller hennes yrkesstatus, som om den agerande enbart är vad hans uniform gör gällande att han är”. Stadslivet skulle bli outhärdligt besvärligt och trassligt för en del om varje kontakt mellan två individer skulle föra med sig att man måste dela personliga provningar, bekymmer och hemligheter.” (Goffman, 1959/2009, s. 50)

Om individen misslyckas med att skaffa sig kontroll över den främre regionen blir det svårt att definiera vilken roll hen ska spela, och hens olika roller krockar med varandra. Utöver att anpassa sitt framträdande för den aktuella publiken, så kan individen även utesluta personer från publiken, som hen tidigare spelat en roll gentemot, ifall relationen till personerna inte är förenlig med den aktuella rollen (Goffman, 1959/2009, s.122).

Goffman menar vidare att när en person misslyckas med att skilja sina publikker åt, blir det svårt för denne att styra intrycket av sig själv. Om den situationen uppstår menar han att det finns två sätt att hantera detta på. Han ger exempel på om man är mitt up i ett bråk med sin partner och en avlägsen bekant plötsligt dyker upp. Det grälände paret kan då välja att ändra sitt beteende på ett sådant sätt man tycker är lämpligt, till exempel att man slutar bråka, och istället agerar som att man är sams.

Det andra alternativet exemplifierar Goffman med om man har en middag hemma och en vän som inte blivit bjuden dyker upp oanmäld. För att inte skada sin vänskap med personen så visar man extra entusiasm över att personen kommer, för att på så sätt övertyga hen om att hen är lika välkommen som de övriga gästerna. Man agerar sedan likvärdigt som man gjorde innan personen dök upp, men låter personen nu vara en del av det (Goffman, 1959/2009, s.123).

Avslutningsvis om publikåtskillnad så konstaterar Goffman att det i verkligheten trots allt ändå är svårt att hinna anpassa sig på något av ovanstående sätt då man i stunden kan bli förvirrad och inte veta hur man ska agera. Det kan helt enkelt resultera i att man ignorerar att personen är där, eller till och med ber den att lämna (Goffman, 1959/2009, s.124).

De olika formerna att hantera misslyckad *publikåtskillnad* på är intressant att koppla till huruvida intervjupersonerna upplever en konflikt mellan sina olika roller och sitt Facebook-användande, samt hur de i så fall hanterar detta.

Social interaktion på sociala medier

I detta avsnitt behandlas Anders Persson (2012) applicerande av Goffmans teorier på sociala medier, samt hur förutsättningar för social interaktion förändras på grund av mediet.

Facebook kan sägas förändra den sociala interaktionen då kommunikationen är interaktiv och inte ansikte mot ansikte. Med interaktiv menas att man kan kommentera vad andra skriver, och även ta del av andras interaktivitet. En annan skillnad är att i fysisk interaktion menar Goffman att individer som möts och inte känner varandra behöver ha en anledning för att ta kontakt med varandra. På samma gång måste bekanta ha en anledning för att inte göra det. På Facebook däremot har begreppet "vän" slätats ut och ens nätverk kan bestå av vänners vänner, som man kanske egentligen inte känner så väl. Anders Persson (2012) liknar en vän på Facebook med någon man har någon form av relation till, och som utgör en nod i ett och samma nätverk. Han menar vidare att relationerna i ett sådant nätverk varierar i bland annat styrka, djup och varaktighet (Persson, 2012, s. 255). Därmed gör Facebook det möjligt att närma sig personer man inte känner, utan en särskild anledning (Persson, 2012, s.259).

På sociala medier är därmed gränsdragningen för den bakre och främre regionen inte lika tydlig. När en individ får "en ny ställning i samhället", som kräver ett nytt socialt manus, kommer hen till en början inte veta exakt vad som förväntas eller hur hen bör bete sig, utan kommer att använda sig av tidigare erfarenheter för att forma sin rollprestation (Goffman, 1959/2009, s.69). Persson (2012) liknar människors användande av sociala medier med om ett antal människor skulle sitta i var sin lägenhet i ett bostadshus, i närheten av ett öppet torg, och kommunicera med varandra genom att ropa genom fönstren. Det faktum att vi ofta befinner oss i den fysiska bakre regionen när vi är uppkopplade på sociala medier menar Persson är ytterligare en anledning till varför det finns en tendens till överdelning (*eng. oversharing*), alltså att sådant som tillhör den bakre regionen även kan uppfattas av personer som tillhör publiken i den främre regionen. Med överdelning menas att man inte följer normer för lämpligt beteende i andras närvaro, att man har ett behov av att visa upp sig och att man glömmer av sin omgivning (Persson, 2012, s.271).

Takt visavi takt

Vare sig det gäller den agerandes aktuella publik eller utomstående individer så kan båda parter hjälpa till att upprätthålla framträdandet genom att visa överseende för den agerandes skull. Om en utomstående till exempel råkar ta del av en agerandes framträdande gentemot någon annan kan hen låtsas som att den inte har sett eller hört. Detta bygger dock på ett samspel mellan den agerande och dess publik, eller mellan den agerande och de utomstående, vilket Goffman benämner *takt visavi takt*. Det finns nämligen en balansgång i hur mycket publiken eller utomstående kan ha överseende med, vilket innebär att även den agerande behöver anpassa sig. Det gör den agerande enligt Goffman genom att:

"... vara mottaglig för vinkar och antydningar och vara villig att rätta sig efter dem, för det är genom antydningar som publiken kan varna den agerande för att hans uppträdande är olämpligt och att det är säkrast att han snabbt ändrar på det om situationen ska kunna räddas." (Goffman, 1959/2009, s. 204)

På sociala medier är det dock inte lika enkelt att tillämpa takt visavi takt. Detta på grund av att takt visavi takt oftast visas genom verbalt tal, icke-verbala ljud och kroppspråkliga uttryck, alltså i form utav överförda uttryck. I och med den fysiska distans som kommunikation via sociala medier innebär så når inte publikens överförda uttryck den agerande. Det som möjligtvis kan liknas vid överförda uttryck på Facebook är hur agerande och publik uttrycker sig i text, i form utav stavfel eller andra mer specifika sätt att uttrycka sig på, som utmärker en person från en annan.

Facebooks reagera-symboler infördes, som konstaterat i bakgrundskapitlet, för att ge Facebook-användare möjlighet att tydligare visa hur de reagerat på ett inlägg. Även om en agerandes publik därmed kan ge en mer nyanserad respons tillhör ändå reagera-symbolerna utsända uttryck, då användaren fortfarande kontrollerar sin reaktion. Kommunikationen över Facebook består därmed till största delen av utsända uttryck. Bristen på överförda uttryck är ytterligare en förklaring till varför det finns en tendens till att man uttrycker för mycket, eller skriver något som man senare ångrar, i och med den fördröjda responsen från ens publik (Persson, 2012, s.266-269).

Man skulle kunna argumentera för att den agerande, genom att ha accepterat vänförfrågningar, borde vara medveten om vilka publiken består av, och därmed naturligt anpassa sitt beteende. Men bara för att en agerande vet vem publiken är, kan hen alltså inte säkert veta hur det hen skriver, gillar, delar och publicerar faktiskt uppfattas.

Persson (2012) konstaterar att det återstår att undersöka hur publiken agerar för att tillrättvisa den agerande på sociala medier, men resonerar kring att det skulle kunna vara genom tystnad, likt talande tystnad i kommunikationen ansikte mot ansikte. Dock konstaterar han att problemet med tystnad är att den agerande kan tolka det som ett godkännande från sin publik.

Stabila intryck

Persson (2012) tar även upp sociologen Björn Erikssons kritik mot Goffman. Eriksson menar att de personer som en individ har en relation till har ett stabilt intryck av individen. Därmed agerar människor:

”... stadigvarande från redan uppnådda situationer.” (Ericsson i Persson, 2012, s.282).

Persson hävdar att det är svårt att veta huruvida ett intryck är stabilt, även om det gäller en nära vän, samt att vi fortfarande i så fall behöver både styra och befästa vårt stabila intryck. Det kräver lika mycket arbete att upprätthålla en stabil bild som någon annan bild av sig själv, för att inte andra ska uppleva oss som förändrade. Vidare konstaterar Persson att händelser som bryter rutinerna i vardagslivet, som till exempel kärlek, karriärförändringar eller skolstarter, gör våra intryck sårbara och kräver att vi på nytt skapar rutiner och befäster bilden av oss själva.

Sammanfattningsvis konstaterar Persson (2012) att det finns både för- och nackdelar med fysisk interaktion, kontra interaktionen på sociala medier. Fördelen med fysisk interaktion är att en individ kan läsa av sin publik. Hen kan därmed reglera och anpassa sitt beteende, med hjälp av direkt respons i form utav både utsända och överförda uttryck. Nackdelen är att individen på samma gång har svårare att styra sitt eget framträdande, på grund utav samma anledning. Det är enklare att göra i interaktionen på sociala medier. Då är risken istället att man uttrycker för mycket. Risken är även större att man inte får reda på om ens publik reagerat negativt på ens beteende, då den typen av respons endast kan komma i efterhand, och inte under tiden som man uttrycker något. Persson konstaterar avslutningsvis att mer forskning behöver göras för att kunna konstatera ifall det är så att dessa för- och nackdelar tar ut varandra, samt om gränsen mellan främre och bakre region ser annorlunda ut på sociala medier (Persson, 2012, s.276).

Metod

Utifrån studiens syfte och frågeställningar bedömdes en kvalitativ undersökningsmetod vara mest lämplig, närmare bestämt i form utav samtalsintervjuer. Det är en metod som passar bra när man som forskare är intresserad av vardagserfarenheter och hur intervjupersonerna själva upplever sin livsvärld (Esaïasson et al, 2012, s.253). Fördelen med samtalsintervjuer, framför enkätundersökningar, är att de ger en fördjupad bakgrundsförståelse till varför en intervjuperson svarar som den gör. Detta då hen fritt får formulera sitt svar och man som intervjuare har möjlighet att ställa följdfrågor (Esaïasson et al, 2012, s.251). En kvantitativ insamlingsmetod skulle alltså till exempel kunnat svara på hur många som inte accepterar sin chef som vän på Facebook, men inte kunna förklara intervjupersonens bakomliggande resonemang till varför, och inte heller kunna urskilja eventuella svårigheter att besvara frågan.

Då uppsatsen innebär djupgående studier av ett fåtal fall kan studien som mest urskilja tendenser i attityder och tankar som Facebook-användare kan ha, men inte mäta hur vanligt förekommande dessa är (Ekström & Larsson, 2010, s.18). Resultaten är alltså inte generaliserbara i den bemärkelsen att de är statistiskt representativa för en större population.

Urval av intervjupersoner

Som tidigare konstaterat är Facebook fortfarande det dominerande sociala mediet i Sverige. Deras användare är i åldrarna 13-76+ år (Findahl, 2015). I detta fall var studien intresserad av att avgränsa åldersintervallet till den ålderskategori som skulle kunna tänkas ha en så heterogen publik som möjligt på Facebook. Åldersintervallet begränsades till personer över 20 år och yngre än 40 år. Urvalet baserades på att den fasen av livet, i högre utsträckning än i andra åldrar, utgörs av att man utbildar sig, reser, börjar jobba, byter jobb och skaffar familj. Denna fas i livet kan därmed tänkas innebära många nya möten med människor, vilket i sin tur kan leda till ett utökat nätverk av Facebook-vänner.

Facebook slog igenom på allvar i Sverige 2007 och är därmed det år som många svenskar började använda Facebook (Edström, 2015). Åldersgränsen för att skapa ett konto på Facebook är 13 år (Facebook, 2016b). Det innebär tekniskt sett att alla inom studiens urvalsgrupp kan ha använt sig av Facebook sedan 2007. Det spelar roll då ens kontaktnätverk kan utökas också med tiden, och man därmed kan anta att ens nätverk är mer varierat efter några års användande, i jämförelse med ifall plattformen nyligen lanserats.

Övriga kriterier som ställdes upp inför urvalet av intervjupersoner var att individerna skulle vara Facebook-användare och att en spridning i ålder och kön skulle uppnås inom gruppen. Ålder och kön är två faktorer som kan påverka attityder. På så sätt uppnåddes ett så kallat variationsurval (Ekström & Larsson, 2010, s.61). Intervjupersonerna kom jag i kontakt med via bekanta. Jag ville undvika att intervjua personer som jag själv har som vän på Facebook. Detta för att upprätthålla en viss distans så att varken jag eller intervjupersonen påverkades av eventuella förutfattade meningar om varandra, och det område som jag undersökte (Esaïasson et al, 2012, s.253). I samband med första kontakten fick intervjupersonerna en kort bakgrundsinformation om syftet med studien. De fick veta att studien berörde hur man använder Facebook och hur man reflekterar över vem som får se vad av ens Facebook-vänner. Utifrån detta tog de ställning till om de ville ställa upp eller inte. Därmed undvek jag även att boka tid med någon som över huvud taget inte använder sig av Facebook.

Intervjupersonerna var alla bosatta i Göteborgsområdet, för att på sätt möjliggöra ett personligt möte. Fördelen med ett personligt möte är att den kan tillföra information i form av kroppsspråk och uttryck, som engagemang, ovilja att svara och så vidare (Ekström & Larsson, 2010, s.66). Det

är möjligt att studiens resultat hade varierat om intervjuer hade skett med intervjupersoner bosatta utifrån en större geografisk spridning, men på grund av begränsad tid och resurser var så kallad *bekvämlighetsteknik* tvungen att tillämpas (Ekström & Larsson, 2010, s.63).

Totalt var jag i kontakt med åtta potentiella intervjupersoner. Jag valde medvetet att boka in ett större antal, dels för att gardera mig för eventuella bortfall samt för att ha förutsättningarna till att uppnå teoretisk mättnad. Efter sex intervjuer började svaren bli återkommande och liten ny kunskap tillfördes, och teoretisk mättnad kunde därmed konstateras (Esaïasson et al, 2012, s.168).

Genomförande

Intervjuguiden

Intervjuguiden strukturerades utifrån studiens tre formulerade frågeställningar, som vart och ett blev ett eget tema (Ekström & Larsson, 2010, s.59). Det första temat "Användning" syftade till att ge en bakgrundsförståelse för intervjupersonernas användande av plattformen, samt om det hade förändrats sedan intervjupersonerna började använda Facebook.

Detta gick sedan över i nästa tema "Gränsdragningar av publiken" där intervjupersonerna fick svara på frågor i stil med vilka de hade som vänner på Facebook, hur de hanterade olika vänförfrågningar. De fick även svara på om de aktivt kontrollerar vem som får se vad, med hjälp av delningsinställningar.

Det tredje och avslutande temat "Olika roller, ett Facebook-konto" innehöll frågor som riktade in sig på om det uppstått konflikter mellan intervjupersonernas olika roller och deras Facebook-användande. Frågorna handlade till exempel om ifall det hade uppstått ett missförstånd i verkliga livet på grund av något de gjort på Facebook, eller om de taggats i något som de inte ville förknippas med, och hur de i så fall hanterat det.

Genom en tematiserad intervjuguide med öppna frågor blev intervjuerna semistrukturerade. Att utforma intervjuguiden efter frågeställningarna var ett sätt att säkerställa att intervjuerna samlade in material om det som studien ämnade undersöka. Dessutom innebar utformandet av en intervjuguide att samtliga intervjupersoner blev ställda samma typ av frågor. Vilken ordning frågorna ställdes inom varje tema varierades dock utifrån intervjupersonernas svar, för att låta dem få utveckla sina tankar och sitt resonemang, istället för att avbryta genom att ställa en fråga som rörde något nytt. Både vid utformande av intervjuguide, samt under själva intervjuerna, eftersträvade jag att inte ställa några ledande frågor. De frågor som ändå kan tolkas som ledande var nödvändiga för att få svar på intervjuguidens teman och därmed på studiens frågeställningar. Ur den aspekten hävdar Kvale och Brinkmann (2014) att ledande frågor ibland kan vara nödvändiga, för att intervjuaren alltså ska få den typ av information som studien behöver (Kvale & Brinkmann, 2014, s.214-215).

Intervjuerna genomfördes en och en med varje intervjuperson, istället för i fokusgrupper. Detta för att undvika att en persons svar skulle kunna påverkas av gruppen samt att vissa exempel på situationer som intervjupersonen upplevt, och som kunde belysa problematiken, kanske inte kommit fram (Ekström & Larsson, 2010, s.85). Intervjupersonerna fick själva möjlighet att föreslå plats och tidpunkt, dels för att underlätta genomförandet, men också för att de skulle kunna välja en miljö de själva kände sig bekväma att träffas i. Samtliga intervjuer genomfördes på caféer runtom i centrala Göteborg. Det ska poängteras att även en café-miljö kan påverka, ifall intervjupersonen upplever att det är jobbigt att de personer som sitter runtomkring skulle kunna höra konversationen. Detta försökte jag att hantera genom att i början av varje intervju förtydliga att intervjupersonen inte behövde svara på en fråga som hen inte kände sig bekväm med. Intervjupersonerna blev även informerade om att deras deltagande var anonymt, samt att

de när som helst kunde be om att få en fråga omformulerad, om något upplevdes otydligt. De fick även möjlighet att ställa egna frågor innan intervjun startade.

För att testa intervjuguidens upplägg och frågornas formuleringar genomfördes först en provintervju inför de faktiska intervjuerna, för att säkerställa att intervjuguiden var utformad på ett sätt som gav ett dynamiskt fungerande samtal (Esaïasson et al, 2012, s.268). Provintervjun genomfördes med hjälp av en vän, som jag även har som vän på Facebook. För övrigt uppfyllde hen samma kriterier som övriga sex intervjupersoner. Provintervjun genomfördes på ett café, då det motsvarade samma miljö som intervjupersonerna valt att göra sina intervjuer på. Efter provintervjun kunde det konstateras att intervjuguiden fungerade bra för att väcka samtal med utförliga svar och uppfyllde även den tidsram på 45-60 minuter som satts. Intervjupersonen upplevde att ett par frågor var krångligt formulerade, och därmed svåra att reflektera kring. Dessa skrevs om. Utifrån de tankar och reflektioner om ämnet som intervjupersonen avslutningsvis fick möjlighet att tillägga, utformades ytterligare ett par frågor för att försöka få reda på hur kommande intervjupersoner reflekterade kring samma sak.

Efter intervjuerna

Efter hand som intervjuerna genomfördes transkriberades de. Detta för att jag inte skulle glömma bort tankar, intryck och reflektioner från intervjutillfället (Ekström & Larsson, 2010, s.69). Dessa tankar, intryck och reflektioner skrevs ner i punktform, i takt med att transkriberingarna genomfördes, och bestod delvis av noterade generella mönster inom gruppen men också av de fall som stack ut.

Den tidigare genomförda provintervjun upplevdes hålla likvärdig kvalitet som övriga intervjuer varför beslutet togs att även införliva resultatet från den intervjun i analysen. Det totala antalet intervjupersoner blev därmed sju stycken, fyra kvinnliga och tre manliga intervjupersoner. Fyra av intervjupersonerna var studenter medan de övriga tre arbetade som anställda inom tre olika yrkesområden. Det slutliga åldersintervallet blev 22-38 år. I transkriberingarna fingerades namn och annan information som skulle kunna påverka intervjupersonernas anonymitet, enligt riktlinjerna om konfidentialitet (Kvale & Brinkmann, 2014, s.109). Med anledning av detta valde jag att inte skriva intervjupersonernas arbetsplats eller titel. Intervjupersonernas ålder och kön har inte förändrats, då det var faktorer som styrde urvalet av intervjupersonerna.

Det transkriberade materialet skrevs sedan ut och färgkodades efter samma tre teman som i intervjuguiden. Därefter fördelades tidigare nedskrivna punkterna utefter varje färgtema och varje transkribering gick igenom. Eventuella citat markerades som särskilt belyste de olika teman på något sätt. Citaten som valdes ut till resultat- och analyskapitlet skrevs om, där det upplevdes nödvändigt, från talspråk till skriftspråk, för att texten skulle bli läsbar. Det har dock eftersträvat att hålla citatet så nära källans utsaga som möjligt (Ekström & Larsson, 2010, s.72). I resultat- och analyskapitlet har målet även varit att så nära det går låta alla intervjupersoner komma till tals lika mycket. Dock har ett par blivit citerade någon gång mer än andra, utifrån bedömningen att dessa citat var så pass belysande att de upplevdes nödvändiga att ha kvar, på bekostnad att det inte är en exakt fördelning mellan antalet citat per intervjuperson. Nedan följer en förteckning över uppsatsens intervjupersoner. Notera att namnen är fingerade.

- Rebecka, 38 år
- Henrik, 30 år
- Viktor, 27 år
- Isak, 25 år
- Malin, 24 år
- Linda, 24 år
- Maria, 22 år

Intervjuareffekt

Som intervjuare är det viktigt att sträva efter att hålla sig neutral för att undvika att påverka den intervjuades svar. Man ska inte vara opersonlig men samtalet får inte bli så avslappnat att det liknar ett vanligt samtal, då även det kan störa den som bli intervjuad. Även om jag visserligen inte är en van intervjuare eftersträvades ändå dessa kriterier under samtliga intervjuer, bland annat genom att vara medveten om kroppsspråk och ansiktsuttryck. Dessutom informerades varje intervjuperson i början av intervjun återigen kort om syftet med intervjun. Det finns dock en balansgång i hur mycket intervjupersonerna ska informeras innan intervjuerna sker, så att inte intervjupersonernas svar påverkas och styrs av vad det får reda på om studien (Kvale & Brinkmann, 2014, s.108). Därmed togs beslutet att inte informera i förväg om studiens teoretiska utgångspunkt, för att inte riskera att påverka intervjupersonernas attityd och svar. För övrigt eftersträvades ett så rakt och tydligt förhållningssätt gentemot intervjupersonerna som möjligt. Intervjupersonerna var även informerade om att intervjun spelades in. Efter intervjun var genomförd erbjöds de möjlighet att läsa transkriberingen av deras intervju samt att godkänna citat. Samtliga intervjupersoner föredrog istället att få uppsatsen skickad till sig i sin helhet när den var färdig och godkänd.

Sammanfattande reflektioner kring metod

För att studien ska uppnå validitet måste man undersöka det man avsett att undersöka och ta hänsyn till faktorer som kan tänkas påverka studiens resultat. Detta för att de argument som presenteras i uppsatsens resultat och analys-kapitel ska vara giltiga. Argumenten behöver även vara tillförlitliga, vilket är kopplat till studiens reliabilitet, och innebär att insamlandet av empiri har skett på ett korrekt sätt (Ekström & Larsson, 2010, s.14). Samtliga intervjuer genomfördes på samma sätt, i samma miljö och genom ett personligt möte, med skillnaden att provintervjun genomfördes med en vän. Detta skulle kunna påverka reliabiliteten då risken med att intervju en vän är att man som intervjuare inte ställer lika ingående frågor, för att man redan tror sig veta svaret, samt att intervjupersonens svar kan påverkas av att man har en relation och kommer att träffas igen (Esaiasson et al, 2012, s.259). Dessa faktorer var jag dock medveten om innan genomförandet av intervjun och jag strävade därför efter att hålla samma förhållningssätt till den intervjupersonen som till övriga intervjupersoner. Beslutet att använda sig av intervjumaterialet togs först när resterande intervjuer genomförts och provintervjun ansågs hålla likvärdig kvalitet. Det faktum att jag inte är en erfaren intervjuare kan också påverka studiens reliabilitet, vilket även diskuterats tidigare i kapitlet. Arbetet i sin helhet har genomförts på ett så systematiskt och noga sätt som möjligt och studiens olika delar har hela tiden setts över för att säkerställa att jag undersökt det jag syftat till att undersöka. Detta för att på så sätt uppnå ett så giltigt och tillförlitligt resultat som möjligt.

Resultat och Analys

Nedan presenteras resultat och analys av studiens materialinsamling. Kapitlet är uppdelat i tre teman, där varje tema är kopplat till varsin frågeställning. Inom varje tema presenteras både intervjupersonernas generella svar och tankar, men även sådant som skiljer sig åt emellan dem. Resultat och analys kopplas löpande till varandra inom varje tema.

Ett förändrat användande sedan start

Studiens första frågeställning syftar till att få reda på vilket sätt intervjupersonerna använder sig av Facebook. Intervjupersonerna skaffade Facebook någon gång mellan 2005-2011, alltså för mellan 5-11 år sedan. Den vanligaste nämnda anledningen till att skaffa Facebook var att det var en ny plattform som "alla" skaffade och att de ville vara en del av detta för att inte missa något. Hur tidig eller sen intervjupersonerna var med att skaffa ett konto på plattformen varierar inom gruppen, från tidig användning för att hålla kontakt med vänner utomlands, till sen registrering då man till en början var mer skeptiskt inställd till plattformen än andra i ens bekantskapskrets. Intervjupersonerna upplever att sedan de skaffade Facebook så har deras användande av plattformen förändrats. I början var Facebook något nytt och en "kul grej". De postade i högre utsträckning än idag material i form av bilder och statusuppdateringar. Citaten nedan visar på hur intervjupersonerna resonerade om sitt Facebook-användande som nya medlemmar:

"Förut så var det nog mer att, när man var student till exempel, så ville man gärna "flasha" vad man gjorde, i studentspexet eller på studentgillet. Man lägger inte upp lika mycket och lika frekvent nu som då." Henrik, 30 år

"Då var det ganska mycket, flera statusuppdateringar om dagen, jag lade ut ganska mycket bilder och var ganska öppen med både känslor och bilder liksom. Då var det mycket mer, den var ju mycket mer stängd då, Facebook var ju bara för de jag kände." Rebecka, 38 år

Det finns olika anledningar till varför intervjupersonerna upplever att deras användande har förändrats. Återkommande svar är att det är dels för att de har växt upp och mognat, att de har ett mindre behov av att "visa upp sig" på Facebook, men också till stor del på grund av känslan av bristen på kontroll över vart deras material tar vägen. Den upplevda bristen av kontroll är delvis kopplad till en generell ökad förståelse och kunskap om sociala medier, men också på grund av Facebooks ständiga egna uppdateringar och förändringar av plattformen:

"För några år sedan var det väl som de ändrade inställningarna, så om du gillade min bild så syntes den även i dina vänners flöde och det tyckte jag var helt galet, då visste ju inte vem som såg bilden till slut. Så då tog jag bort nästan alla album jag någonsin skapat på Facebook, så att det inte skulle kunna spridas ut någonstans. Jag kände att jag inte kunde ha kontrollen längre på vem som såg vad jag skrev eller vad jag lade ut, och det kändes inte okej." Rebecka, 38 år.

Även om intervjupersonerna idag upplever sig vara mer restriktiva med vad de postar råder fortfarande en viss osäkerhet kring exakt vad personer kan se och få reda på om dem, även om de i någorlunda utsträckning aktivt själv gått in och ställt in sekretessinställningar. Intervjupersonerna vill att obehöriga ska kunna se så lite som möjligt, vilket innebär inte mer än deras aktuella profilbild, deras namn och eventuell kort fakta liknande vilken stad de bor i, födelsedatum, utbildning och/eller arbetsplats. Den typen av information stämmer överens med vad som alltid är offentlig information på Facebook, som konstaterat i uppsatsens bakgrundskapitel. Deras bilder och tidslinje anses mer privat och är inte något som de vill att obehöriga ska ha tillgång till. Dock är de inte helt säkra på sekretessinställningarna och vad

obehöriga kan få tillgång till. Det råder alltså en tydlig skillnad på vad intervjupersonerna *vill* att obehöriga ska kunna ta reda om en, och se på ens profil, och vad de exakt upplever sig *veta* om det samma. Citatet nedan visar på ett återkommande resonemang:

”Om du inte är vän med mig på Facebook, så har du minsta möjliga tillgång till information om mig. Jag vet inte exakt vad man kan se, men det är inte mycket. Det är möjligt att vänners vänner har tillgång till lite mer, jag minns inte exakt vad jag ställt in.”
Linda, 24 år

Användande idag

Intervjupersonerna använder sig av Facebook dagligen. Ens konto fyller flera olika funktioner, och hur de använder sig av det både liknar och skiljer sig åt emellan intervjupersonerna. Flera nämner att Facebook fungerar som ett informationsflöde där de kan uppdatera sig om de senaste händelserna och nyheterna, både i deras närhet och i världen. Facebook används även som tidsfördriv och underhållning genom att dela och gilla roliga video-klipp och bilder. Det smidiga sättet att kommunicera framhävs som en mycket bra funktion, och de kommunicerar framförallt i Facebook-grupper eller via *Messenger*⁴:

”Att kommunicera via Messenger är jättesmidigt, och gratis dessutom. Jag brukar skriva i gruppchattar, så slipper man skriva samma sak till varje person, utan alla kan följa samma konversation. Gör man ett arbete i skolan kan man enkelt skriva till varandra där, det är ju inte säkert att man har allas telefonnummer. Sedan finns det flera Facebook-grupper som är bra, vi har en för vår klass i skolan där man kan skriva frågor till varandra, och det finns en annan där studenter enkelt kan köpa och sälja kurslitteratur.”
Linda, 24 år

Intervjupersonerna använder Facebook både privat och på olika sätt kopplat till sitt arbete och/eller studier. Till exempel genom att kommunicera i specifika grupper med sin klass eller att dela artiklar som handlar om organisationen man arbetar inom. En intervjuperson skiljer ut sig genom att identifiera Facebook som ett sätt enkelt marknadsföra sig själv på:

”Om jag lägger upp någonting på Facebook eller Instagram, till exempel en video på min dans, så är det många fler som ser mig, det blir som en marknadsföring. Facebook och framförallt Instagram ser jag som marknadsföringsforum för personer som gör mer kulturella saker. Då menar jag dansare, musiker, konstnärer och designers som kan visa upp vad de gör.” Maria, 22 år

Huruvida intervjupersonerna definierar sig som en aktiv användare av Facebook eller inte beror på vad de lägger i innebörden aktiv. Begreppet ”aktiv” kopplas spontant av intervjupersonerna till att publicera mycket eget material och att dela inlägg och artiklar. I den bemärkelsen definierar sig merparten av intervjupersonerna inte som aktiva. Därmed menar de att de är aktiva i en annan bemärkelse:

”Jag är ju aktiv på sättet att jag använder det mycket. Jag svarar på meddelanden, jag skriver i min elevgrupp, och genom att gilla inlägg, men jag är inte aktiv på att lägga upp saker själv, skriva vad jag tycker eller lägger upp bilder. Jag kollar inte så jättemycket på mina Facebook-vänners loggar, bara de gånger då jag vill veta hur en ny person jag lärt känna är. Så man kan ju säga att jag är aktiv både och, aktiv på sättet att jag använder det men inte aktiv på att försöka visa vem jag är eller vad jag har för åsikter.” Maria, 22 år

Intervjupersonerna upplever alltså i högre utsträckning att de är aktiva genom att de använder plattformen dagligen, kommunicerar via den, läser inlägg och kollar igenom sitt nyhetsflöde.

⁴ För begreppsdefinition, se uppsatsens bakgrundskapitel.

Plattformens regionstillhörighet

När Facebook lanserades och var nytt kan intervjupersonernas användande liknas vid vad Goffman kallar en ny ställning i samhället, där ens beteende inte är givet och kräver anpassning och tidigare erfarenheter för att hantera (Goffman, 1959/2009, s.69). Om man översätter Goffmans teori om bakre och främre region kan man dra slutsatsen att det som intervjupersonerna tidigare publicerade och postade är sådan information som klassas till den bakre regionen. Detta då det utgjorde mer privat information om tankar, känslor och även bilder. De visade fler aspekter av sig själv utan krav på att följa några specifika normer. I takt med uppdateringar, djupare kunskap och känslan av att det var svårare att kontrollera vem som såg vad, kan användarnas förändrade användning av plattformen istället liknas mer vid den främre regionen. Dock upplevs plattformen fortfarande inte så sluten att enbart ens Facebook-vänner kan få tillgång till information om en själv, då intervjupersonerna upplever att det finns en risk med att ens eget material sprids och att obehöriga kan få tillgång till det. Perceptions- och varseblivningsbarriärerna är alltså inte helt tydliga vilket gör att gränsen mellan främre region och utsidan upplevs otydlig. Ett sätt att hantera detta på är att i lägre utsträckning publicera material som upplevs som privat. Dock kan detta synsätt påverkas av ens personliga syfte och syn på plattformen. När plattformen istället upplevs som ett personligt marknadsföringsforum är det just spridningsmöjligheten som utnyttjas som något positivt och bilder, eller kanske framförallt videos, är det material man vill att andra ska få tillgång till.

Vidare ska poängteras att intervjupersonerna inte helt och hållet slutat använda plattformen för att kommunicera sådant innehåll som hör till den bakre regionen. Detta sker dock i privata meddelandegrupper på framförallt Messenger där de flesta intervjupersonerna dagligen kommunicerar med vänner och familj. Perceptions- och varseblivningsbarriärerna är tydligare på Messenger, i och med att meddelanden är privata samt att Messenger även kan användas som en separat funktion, helt och hållet skild från den övriga plattformen. Total kontroll över regionen kan dock inte uppnås, någon annan kan få tillgång till ens meddelanden genom att låna ens telefon, meddelande kan råka skickas till fel person, meddelande kan kopieras och vidarebefordras och så vidare. Detta är dock inget som skiljer sig från riskerna offline och kan liknas vid vad Goffman skriver om att bo i ett hus med tunna väggar (Goffman, 1959/2009, s.107-109). De många olika användningsområden som Facebook erbjuder intervjupersonerna går att likna vid det Goffman skriver om att en region kan tillhöra både främre och bakre region, samt utsidan på samma gång, beroende på situation (Goffman, 1959/2009, s.112).

Gränsdragningar av publiken

Studiens andra frågeställning syftade till att ta reda på hur intervjupersonerna resonerar kring gränsdragningar av sin publik, vilket behandlas i detta avsnitt. Samtliga intervjupersoner har heterogena publik bestående av olika sfärer. Därmed ser relationen till individerna i deras publik olika ut och är i form av till exempel vän, vänners vän, gamla bekanta, släkt, familj, kollegor. Intervjupersonernas nätverk har växt efter hand och följer inte sällan förändringar i deras liv i form av till exempel flytt till ny ort, start av studier eller arbetsplats eller förändringar i deras privatliv som till exempel föräldraskap. Ett återkommande konstaterande hos intervjupersonerna är även att man oftast blir vänner på Facebook innan man kallar sig för vänner offline:

”De flesta man blir vän med på Facebook känner man inte, utan man har oftast precis börjat lära känna varandra, med undantag från Facebook-vänner i form av familj och personer som man känt hela livet, givetvis.” Viktor, 27 år

Det finns dock personer som intervjupersonerna visserligen känner offline, men som de inte vill ska ha ”koll på en” genom att vara vänner på Facebook. Intervjupersonerna upplever alltså att de inte är lika privata på Facebook nu som när de en gång skaffade det, men att de fortfarande är tillräckligt privata för att gränsdragningar av publiken upplevs som nödvändigt. En vänförfrågan från en sådan typ av kontakt har de därmed valt att inte acceptera. Intervjupersonerna upplever

att en vänförfrågan egentligen inte betyder så mycket. Samtidigt väljer de sällan att aktivt tacka nej till en vänförfrågan, då det upplevs vara otrevligt, utan låter den istället hänga kvar i luften. Citatet nedan visar på hur intervjupersonerna resonerar kring personer som de inte accepterar som Facebookvänner:

”Jag har inte ett sådant intresse av dem, och jag tycker inte att de borde ha något intresse av mig. Till exempel gamla kollegor, som jag inte har någon som helst kontakt med, eller något gemensamt med, dem accepterar jag inte.” Malin, 24 år

Hur stort intervjupersonernas nätverk är på Facebook varierar mellan intervjupersonerna och skiljer sig från runt 200–1300 st. Den generella uppfattningen är att 500-1000 vänner är ett ”vanligt” antal, vilket är en uppfattning som stämmer in även hos de flesta intervjupersonerna med färre än 500. I det här avseendet går det att urskilja en attitydförändring, från när de började använda sig av plattformen och idag. Om de förut resonerade enligt ”ju fler, desto bättre” är det idag tvärtom. Som en konsekvens av denna attitydförändring har intervjupersonerna i olika hög grad aktivt gått in och tagit bort tidigare accepterade Facebookvänner, samt att de i lägre utsträckning accepterar nya vänförfrågningar.

”... innan så tackade man kanske ja till vem som helst. 2007 till exempel, då man precis hade skaffat det och tyckte att det här var ju roligt och la upp bilder och så vidare. Men att man inser, dels att om man inte skriver så mycket med en människa så kan man fråga sig varför den ska veta så mycket om ens liv, om man nu väljer att dela så mycket. Eller att man egentligen inte kände personen i fråga, och denne bara delar en massa skit rent ut sagt.” Henrik, 30 år

Här skiljer en intervjuperson ut sig från de övriga i sitt resonemang, vilket också är kopplat till hennes användande av plattformen. Även om hon anser att hon har ett för stort antal vänner så finns det en fördel med att ha ett stort nätverk:

”Det enda positiva med att ha så många som 1300 Facebook-vänner är att jag kan visa mer av vad jag gör, sen om de gillar det eller inte bryr jag mig inte så mycket om, då har de i alla fall sett det. Ibland kan jag stöta på någon som frågar om jag dansar fortfarande, för att de sett något jag lagt upp på Facebook.” Maria, 22 år

Citatet ovan tillhör samma intervjuperson som tidigare konstaterat att hon ser på Facebook som en plattform för personlig marknadsföring. För henne är det alltså en fördel med ett stort nätverk, då hennes material kan få spridning och nå fler människor.

Svårare gränsdragningar

De finns dock fall där gränsdragningen för vem som får vara i med, eller stanna kvar, i publiken inte är lika självklar. Intervjupersonerna har valt att hantera detta genom att antingen behålla en Facebook-vän eller acceptera en ny vänförfrågan. Jag har sett tre huvudsakliga anledningar till varför intervjupersonerna har valt att hantera situationen på det sättet. För det första kan personen för närvarande tillhöra en grupp av människor som intervjupersonerna regelbundet träffar, och det upplevs därmed som otrevligt att tacka nej till en vänförfrågan, eller att det kan bli pinsamt att umgås om man inte gör det. Dock kan de redan nu tänka sig att ta bort personen i framtiden.

”Om man går i samma klass och väljer att inte lägga till personen så kan det bli väldigt pinsamt i tre år. Då är det bättre att lägga till och sen när man gått ut så kan man ta bort dem. Och så kan man ju dölja personen från sitt flöde under tiden om man stör sig för mycket, så att man inte behöver se något.” Linda 24 år

För det andra kan de ibland få ut något av att ha kvar personen som Facebook-vän, i form av att ha ”koll på” vad personen har för sig, med möjligheten att i framtiden kanske även kunna dra nytta av denna kontakt.

”Det är till exempel gamla studiekompisar som jag pluggat med, även om vi inte har någon kontakt och jag inte har något intresse i deras privatliv så vill jag ändå se hur det går för dem. Jag tycker det är intressant att se vart de jobbar och hur de har det i sitt professionella liv. Då kan jag få inspiration och se vart jag kan söka mig och skulle det dyka upp någonting så kan jag ju faktiskt kontakta dem.” Malin, 24 år

Slutligen har de inte någon som helst kontakt med personen, men denne märks inte heller av på plattformen och finns av den anledningen ändå kvar som en Facebook-vän.

”Mina vänner på Facebook är inte mina närmaste vänner utan elever, gamla arbetskamrater och gamla klasskamrater som jag inte ens pratar med längre. Jag har inte 1349 vänner, utan jag tycker man ska byta ut ordet ”vänner” till Facebook-användare istället.” Maria, 22 år

Intervjupersonernas accepterade Facebook-vänner kan definieras som deras valda publik. Utöver den valda publiken finns även en osynlig publik, i form av obehöriga personer som skulle kunna gå in på intervjupersonernas profiler, eller få tillgång till intervjupersonernas eget publicerade material. Denna osynliga publik upplever intervjupersonerna i sig vara en anledning till varför de publicerar mindre eget material och även varför de har rensat bilder och information om sig själva. Nedan följer ett citat som visar hur de resonerar kring den osynliga publiken:

”Jag har aktivt gått in och ställt in att personer som jag inte är Facebook-vän med ska kunna gå in och se min tidslinje. Jag känner att min tidslinje är så pass privat att jag inte vill att vem som helst ska gå in och kolla igenom den. För det gör jag själv, jag är aktiv inom ett par studentföreningar till exempel och om någon då har ansökt om att få vara med så har jag själv gått in på personens Facebook-profil och kollat upp vad det är för en person, vad den verkar ha för åsikter och intressen, för att avgöra om personen verkar okej. Och det vill jag ju inte att andra ska kunna göra med mig.” Viktor, 27 år

De flesta intervjupersonerna har även nuvarande eller tidigare chefer som vänner på Facebook. Intervjupersonerna resonerar kring att det spelar roll hur relationen till ens chef är. Nedan citat visar på detta resonemang:

”Om jag jämför med min förra chef så hade jag aldrig velat att hon hade koll på mitt privatliv över huvud taget. Det hade känts jättekonstigt att ha henne i min privata sfär. Medan den chefen jag har idag, för det första så var hon en av våra kollegor från början och sen blev hon chef, så vi har en annan relation till henne. Och hon är mycket mer hjärtlig, eller mycket mer mänsklig än den förra chefen. Så, i och med att jag inte så privat på Facebook så gör det inte så mycket ändå men Instagram, det får hon inte följa.” Rebecka, 38 år

Det är alltså inte avgörande att en chef är just chef, utan snarare faktorer runtomkring som avgör huruvida intervjupersonerna upplever att de vill vara vän med sin chef på Facebook, eller inte.

Olika publiker på ett och samma konto

På intervjupersonernas konton samlas olika publiker med olika regionstillhörighet. Dock är alla intervjupersonernas Facebook-vänner personer som de känner till offline. Det bekräftar vad Boyd och Ellison (2007) konstaterar om användarens nätverk på sociala medier. Trots att sociala medier tekniskt sätt alltså möjliggör att komma i kontakt med personer man inte känner så används de främst för att hålla kontakt med personer man redan känner till offline. Precis som Persson konstaterar har dock begreppet ”vän” slätats ut på Facebook och handlar snarare om olika svaga och starka noder i ett nätverk av människor (Persson, 2012, s. 255). Visserligen kan en och samma plats tillhöra olika regioner, beroende på aktuell situation och framträdande.

Skillnaden är dock att Facebook är interaktivt och att deras användare kan gå från en privat konversation med en Facebook-vän, till att dela en åsikt med 800 stycken, samtidigt som de tyst kan observera andras agerande, tack vare den fysiska distans som plattformen innebär. Gränsdragningarna mellan regionstillhörighet blir alltså inte lika tydliga och därmed svårare att uppfatta.

Att inte acceptera alla vänförfrågningar, även om det gäller personer som intervjupersonerna känner till offline, kan kopplas till Goffmans slutsats om att det tar för mycket energi, och att behovet inte finns, av att veta alla aspekter om alla personer som man har en relation till (Goffman, 1959/2009, s. 50).

Ett sätt som intervjupersonerna hanterar sina olika publikar på är genom att rensa och ta bort tidigare information om sig själv, publicera mindre, ta bort tidigare Facebook-vänner samt acceptera färre. Det går att koppla till människans behov av att styra intryck. Att aktivt gå in och rensa Facebook-vänner kan liknas vid det Goffman skriver om att individer som tidigare tillhört publiken kan väljas bort av den agerande, då de inte längre passar för ens framträdande på plattformen (Goffman, 1959/2009, s.122). Samtidigt väljer intervjupersonerna att behålla vissa Facebook-vänner för att kunna uppdatera sig om vad de har för sig, samt att de använder plattformen som ett verktyg för att skapa sig en förståelse om en person genom hans Facebook-profil. Precis som konstaterat i tidigare studier menar intervjupersonerna att en Facebook-profil är tillräckligt för att åtminstone skapa sig en bild av vem en person de inte känner är (Farquhar, 2013). Detta kan definieras som insamlande av social information. Det förenklas tack vare mediet, då det är möjligt att närma sig andra människor obemärkt, utan att behöva en anledning, vilket inte går i den fysiska interaktionen (Persson, 2012, s.259). Att deras Facebook-profil används av samma anledning är dock inget de vill att man ska kunna göra.

Som konstaterat i teori-avsnittet är just relationen till en chef en typ av relation som är kopplad till anständighetsnormer, närmare bestämt instrumentella krav som en anställd behöver rätta sig efter (Goffman, 1959/2009, s.98). Intervjupersonerna resonerar som så att det spelar roll hur relationen till deras chef är, för att de ska känna sig bekväma med att ha hen som Facebook-vän. För dem verkar snarare personkemi vara mer avgörande, än att de påverkas av att relationen inte är jämlik. Intervjupersonernas resonemang kan därmed kopplas till teorikapitlets diskussion om ledarskap i dagens samhälle, att den utgörs av att vara mindre auktoritär och ger mer utrymme för eget ansvar hos den anställda (Jönsson i Lind et al, 2011, s.43). En mer informell relation till sin chef, samt att intervjupersonerna upplever sig vara mindre privata på Facebook, skulle tillsammans kunna förklara varför de väljer att vara Facebook-vän med sin chef.

Olika roller, ett Facebook-konto

Studiens tredje och sista frågeställning är formulerad för att svara på hur intervjupersonerna hanterar, och eventuellt undviker, konflikter mellan sina olika roller och sitt Facebook-användande. Med en heterogen publik blir intrycksstyrningen svårare och möjligheten att publikar får se flera, och kanske oönskade, aspekter av en själv ökar. Detta försvåras ytterligare av, som tidigare konstaterat, att gränsdragningarna mellan bakre, främre region och utsidan suddas ut. Nedan presenteras intervjupersonernas svar på hur de resonerar och hanterar sin heterogena publik, samt hur intrycksstyrning försvåras av begränsningar hos mediet i sig.

Intervjupersonerna har gjort få, eller inga inställningar alls, som skiljer Facebook-vänner åt när det kommer till vem som får se vad på deras egna profiler. Oavsett publik så ser alltså alla i deras publik samma sak. Det innebär till exempel att avlägset bekanta har likadan tillgång som personer som intervjupersonerna har en nära relation till. Generellt sett har intervjupersonerna inget problem med att alla deras Facebook-vänner ser samma sak. Detta för att de delvis menar att de inte är lika aktiva längre med att dela inlägg och publicera eget material. Dessutom har de

svårt att tro att deras Facebook-vänner skulle kunna ta illa upp av något de gör på plattformen, mycket för att det de gillar och delar enbart är "roligt" eller "av nytta" för deras Facebook-vänner. Intervjupersonerna upplever även att de kan stå för allt som finns kopplat till dem på Facebook.

"Jag har inget problem med det, det som syns på Facebook, det står jag för. Om jag gillar någonting så måste jag kunna stå för det, jag måste kunna ta det i en diskussion ansikte mot ansikte med någon." Viktor 27 år

Intervjupersonerna har olika inställning till det faktum att deras publiker skulle kunna få ny information om dem, genom att vara vänner på Facebook. Nedan följer två citat som visar på olika resonemang hos intervjupersonerna:

"Min politiska åsikt kanske de får veta, det är kanske något man inte nödvändigtvis diskuterar med alla man känner, för alla är inte intresserade och man kommer inte till sådana konversationer med alla. Det tycker jag är jätteskönt på ett sätt för då får de personerna den rätta bilden av mig och behöver inte gå runt och tro något annat. För jag hade inte velat att de skulle tro något annat. Om någon lägger en negativ värdering i det, och inte är villig att acceptera det, diskutera det med mig och bara tycker att jag är jobbig, då är det ändå ingen jag vill vara vän med på Facebook, eller ha i min närhet." Linda, 24 år

"Jag försöker att lägga upp så lite som möjligt och vara ganska lämplig i mitt Facebook-användande, så för mig är det inte så stor skillnad om en vän, kollega eller släkting skulle se det, för jag försöker vara ganska försiktig." Malin, 24 år

Målgruppen "anpassad"⁵, som innebär att man kan välja på individnivå exakt vem som ska och inte ska få se något man publicerar, kan definieras som ett konkret sätt att tillämpa publikåtskillnad på. Det är dock en inställning som ingen av intervjupersonerna känner till. En orsak kan vara att benägenheten att publicera eget material har minskat och att de därmed inte aktivt sökt efter inställningen. En annan återkommande inställning hos intervjupersonerna är att Facebook uppdaterar sina funktioner så ofta och mycket att det är svårt att hänga med. Att ställa in sina delningsinställningar på individnivå upplever intervjupersonerna även som allt för tidskrävande och omständligt. Dessutom återkommer intervjupersonernas resonemang att om vill de dela något som de inte kan stå för inför vissa publiker, så är det lika bra att inte dela något alls:

"Om jag lägger ut en bild på familjen till exempel så skulle jag inte vilja sitta och klicka bort alla som jag inte vill ska se den. Då lägger jag nog inte ut någon bild överhuvudtaget istället. Är det inte okej för alla att se, så får det vara." Rebecka, 38 år

Med det sagt finns det fortfarande situationer där intervjupersonerna inte varit helt bekväma med att alla deras publiker har tillgång till visst material om dem själva. Konflikten mellan roller kan de ha valt att hantera genom att ta bort eller dölja specifikt material, i synnerhet bilder. Den vanligaste nämnda situationen är skillnaden mellan den privata och den professionella rollen, men även konflikten mellan rollerna som vän och son ges som exempel. Citaten nedan belyser resonemanget kring och hanteringen av dessa två rollkonflikter:

"Jag har dolt väldigt mycket bilder, och sådant som har blivit taget där jag är med i bilden. Just för att det kanske inte är det mest representativa bilderna för vem jag är nu. Det är roligare om folk får veta att jag är lite clownig i verkliga livet, än på Facebook. Sedan tänker jag mig även för, inför framtida arbetsgivare, samt att vissa av mina nuvarande Facebook-vänner skulle kunna vara en arbetsgivare i framtiden." Isak, 25 år

⁵ För begreppsdefinition, se uppsatsens bakgrundskapitel.

”När man var student så var det ju mer eller mindre smickrande bilder som kom upp ibland, som man blev taggad i framförallt. Då kunde jag välja att ta bort bilden eller taggen eftersom jag har min syster som Facebook-vän. Vår familj har en nära relation till varandra och det har hänt att min syster visat bilder på mig för min mamma.”
Henrik, 30 år

Man kan trots allt konstatera att intervjupersonerna tillämpar publikåtskillnad, fast på ett annat sätt, och som är tydligare kopplat till deras användande av plattformen idag:

”... man skapar olika grupper för olika ändamål, man kan dela informationen med de man vill dela den med och inte alla på samma gång.” Isak, 25 år

Intervjupersonerna använder sig alltså av grupper på plattformen, där publiken delas upp mer specifikt utifrån relationen de har till dem, och det syfte som kommunikation med dessa innebär. Det framhävs gång på gång som en stor fördel med plattformen och här finns även en tendens att vara mer aktiv med att publicera eget material.

Positiv och negativ respons

Intervjupersonerna kan inte minnas något tillfälle då någon har reagerat negativt på något de gjort, utan får positiv respons i någorlunda hög utsträckning av sina Facebook-vänner. En gillamarkering definierar de själva framförallt som en bekräftelse på att ett inlägg har uppmärksammats, nästan som en automatisk handling, eller att inlägget helt enkelt uppskattas. Därmed reflekterar de generellt inte så mycket över den typen av respons. Vid genomförandet av intervjuerna var Facebooks reagera-symboler⁶ endast ett par månader gamla, och därmed fortfarande ett nytt fenomen. Åsikterna kring dessa symboler gick isär, från att vara mycket positivt inställd, till det rakt motsatta. Den främsta fördelen som intervjupersonerna upplevde var möjligheten att mer nyanserat reagera på nyheter och händelser i världen:

”Jag har sett att de har dykt upp, men jag tycker inte att det har gjort någon större skillnad. Möjligtvis att det är enklare att uttrycka sitt missnöje, jag har reagerat på att det finns en del arga smileys, men det är inte så att jag går in och kollar vem som valt vilken symbol. De är dock bra i det avseendet att man kan eliminera otydlighet genom fler valmöjligheter. Förut när det kom upp dåliga nyheter i nyhetsflödet, och folk gillade det, så fanns det ju en otydlighet om de gillade det som inträffat, eller gillade den mediala bevakningen av det.” Isak, 25 år

Problematiken med negativ respons framkommer som tydligast när intervjupersonerna svarar på hur de själva hanterat situationer när de reagerat negativt på andra Facebook-väners agerande. En negativ reaktion är nämligen något som intervjupersonerna i mycket lägre utsträckning uttrycker, jämfört med positiv. Intervjupersonerna upplever att det är relativt få gånger som en annan Facebook-väns aktivitet har lett till några specifika konsekvenser men trots det kan de ändå ge exempel på situationer då detta inträffat. Inte sällan gäller det även med personer som de har träffat eller umgåtts relativt mycket med offline, vilket därmed gjort att dessa personers agerande på Facebook har förvånat dem. Det absolut mest vanliga som intervjupersonerna har reagerat negativt på, eller upplevt som ett störande moment, är när Facebook-väners politiska åsikter kommit fram på plattformen, som inte stämt överens med deras egen politiska uppfattning. Dessutom kan det ha inneburit ny information om en specifik person, som de inte visste om sedan tidigare. Citatet nedan är hämtat ur en diskussion om detta:

”Ibland har jag blivit väldigt frågande över inlägg som Facebook-vänner har publicerat. Det är personer som inte har berörts av några kriser och ändå ska det klaga över politiska och ekonomiska beslut som inte ens stör deras egen livssituation, och vara de som står

⁶ För begreppsdefinition, se uppsatsens bakgrundskapitel.

och skriker högst. Sådant kan jag reta mig otroligt mycket på, och det har förstört min uppfattning om vissa." Isak, 25 år

Det vanligaste nämnda sättet som intervjupersonerna hanterar något de har reagerat negativt på är att de ignorerar vad de sett. Detta påverkas dock av två faktorer; (i) Hur nära relation de har till den agerande, (ii) Hur upprepande beteendet är från den agerande. De två citaten nedan visar på dessa två faktorer påverkan på intervjupersonernas agerande:

"Om någon har delat någonting utan att göra en källkritisk granskning så kan man uppmärksamma dem på detta. Och då tar de istället bort taggen eller det de delade. Med nära vänner har det inte påverkat relationen med, men om det varit en person där jag insett att jag faktiskt struntar i om vi är Facebook-vänner eller inte, då har jag bara blockat." Henrik, 30 år.

"Personer som skriver mycket statusuppdateringar med åsikter som jag själv inte alls håller med om kan bli ett störande inslag i mitt nyhetsflöde, och då väljer jag ibland att filtrera ut sådant." Isak, 25 år

Mediets begränsningar

Det går inte att komma ifrån att mediet i sig har sina begränsningar, i jämförelse med interaktionen ansikte mot ansikte. Intervjupersonerna upplever inte att plattformen är lämplig för att väcka diskussion, utan föredrar i sådana fall att diskutera något i privata meddelanden, eller ansikte mot ansikte. De upplever att det är svårare att tolka någons agerande på Facebook än i ett personligt möte. Dessutom kräver plattformens faktiska uppbyggnad i sig mer av en användare som vill kritisera något. Citatet nedan belyser intervjupersonernas resonemang:

"Det är väldigt svårt att läsa eller skriva in sarkasm eller ironi på Facebook. Och allting går så fort, folk skriver ett inlägg eller en rad i Facebook-chatten på ½ sekund, bara för att vara snabbast ut med sin åsikt eller argument." Viktor, 27 år

"Det har väl varit lite lättare att reagera på positiva saker just för att på Facebook har det bara varit att klicka på en "gilla"-knapp. Men ska du bemöta något negativt så har det krävts betydligt mer engagemang i form av en kommentar eller liknande." Isak, 25 år

Att mediet bygger på snabbhet påverkar, samt att intervjupersonerna inte lägger ner det engagemang, tid och energi som de upplever att det skulle krävas för att både aktivt publicera mer av deras egna åsikter och samtidigt bemöta dessa. Även i detta avseende menar de återigen att mediet inte är lämpligt för diskussion, då tempot är högt och det sällan blir en konstruktiv dialog:

"När man sitter och bråkar över Facebook som vissa gör ibland så blandar jag mig inte i det. Jag tycker det är fruktansvärt idiotiskt, speciellt om jag måste försvara mina privata eller politiska åsikter. Det skulle jag inte göra på Facebook. Det kan slå tillbaka på en och bli väldigt fel. Det kan ju bli en privat eller personlig fråga i det verkliga livet, om man går in i det på Facebook. Så det gör jag inte." Malin, 24 år

En naturlig konsekvens av att intervjupersonerna väljer att ignorera och inte visa om de tar illa upp, är att de inte kan utesluta att deras Facebook-vänner väljer att hantera situationen på samma sätt. Det är alltså svårt för intervjupersonerna att veta om de publicerat, gillat eller delat något som en Facebook-vän reagerat negativt på. Det är något som intervjupersonerna generellt inte har funderat över. Ett återkommande konstaterande är att intervjupersonerna i så fall hoppas och förväntar sig att deras Facebook-vänner skulle uppmärksamma en sådan händelse på samma sätt som de själva valt att göra, genom att ifrågasätta beteendet så att de får en chans att rätta till eller förklara sig.

”Om jag väljer att dela en politisk artikel eller liknande och någon inte håller med om det så är det okej för mig, då får den personen sluta vara vän med mig om den vill det. Men är det någon som jag åtminstone anser vara en relativt nära vän så tänker jag mig ändå att den personen bör kunna ta det i en personlig diskussion, antingen via Facebook-chatten eller ansikte mot ansikte.” Viktor 27 år

Ett mer strategiskt användande

Intervjupersonerna upplever alltså att de är bekväma med att deras olika publikker har samma tillgång till informationen som finns om dem på deras Facebook-profiler. Vissa publikker kommer få mer information genom att bli vänner med intervjupersonerna på Facebook, dock har intervjupersonerna kontrollerat detta i viss mån genom att rensa eller dölja gamla bilder samt att i lägre utsträckning publicera nytt material.

Att intervjupersonerna inte upplever ett särskilt behov av att skilja publikker åt kan också påverkas av att misslyckad publikåtskillnad på Facebook inte är lika tydlig som i fysisk interaktion. Ens olika publikker är inte fysiskt närvarande på samma gång, utan distanserade och mer osynliga. Dessutom, vilket även intervjupersonerna själva konstaterar, så påminns de inte av alla personer i publiken. Detta regleras dessutom av plattformens egen uppbyggnad, där nyhetsflödet visar inlägg utifrån vilka intervjupersonerna brukar interagera med. En ytterligare skillnad är att kommunikationen på plattformen är till övervägande del utsända uttryck, det är alltså enklare att kontrollera sin kommunikation online till en heterogen publik, än offline (Persson, 2012, s.276). Precis som Boyd (2008) konstaterar så är inte intervjupersonerna intresserade av att välja vad de vill dölja, utan snarare vad de vill visa upp, vilket resulterar i ett mindre publicerande av material än tidigare. Att det dessutom upplevs som omständligt att välja en anpassad målgrupp leder alltså till att de väljer att inte publicera över huvud taget, vilket ger stöd åt slutsatser som dragits i tidigare studier (French & Read, 2013).

Även om intervjupersonerna är mer restriktiva med att publicera eget material finns det annan aktivitet som kan liknas vid ett framträdande. Att gilla andras inlägg är ett sådant exempel, då även det ger utrymme för tolkning hos publiken. Goffman konstaterar att man kan sluta att uttrycka sig, men inte med att överföra uttryck (Goffman, 1959/2009, s.99). Ett inlägg som intervjupersonen väljer att gilla för att hen tycker att det är roligt, eller vill sprida för att uppmärksamma sina Facebook-vänner, kan lika väl missuppfattas som att det delas eller gillas av en annan anledning. Det är också intressant att reflektera över om färre handlingar blir mer talande för publiken än ett bredare spektrum av aktivitet? Det faktum att sådana inlägg som intervjupersonerna gillar presenteras som enskilda aktiviteter i nyhetsflödet kan vidare leda till att de tolkas som mer talande för intervjupersonernas personlighet och intressen än vad intervjupersonerna kanske själva definierar dem som. Dessa aktiviteter kan därför bli mer inflytelserika i publikens bedömning av intervjupersonerna, framförallt för de personer i publiken som intervjupersonerna inte känner så väl offline. Om användandet av sociala medier dessutom bygger på snabbhet, är det då inte rimligt att anta att publikens bedömning bygger på det också?

Intervjupersonerna har inga upplevelser av att någon reagerat negativt på något de gjort på Facebook. Den information som deras Facebook-vänner eventuellt skulle kunna få reda på genom deras Facebook-användande menar de alltså inte är något som skulle skada deras relation. Deras resonemang kan liknas vid det som kallar för stabila intryck (Ericsson i Persson, 2012, s.282). Det som dock säger emot detta är att intervjupersonerna samtidigt har blivit irriterade, förvånade eller frågande till andras agerande på Facebook. Därmed kan det konstateras att intryck trots allt kanske inte är så stabila som man kan tro. Att intervjupersonerna upplever att det fått ny information om personer i samband med detta kan åter kopplas till att publikker inte är intresserade av att veta allt om en agerande, då det tar för mycket energi och upplevs irrelevant (Goffman, 1959/2009, s. 50). Att det dessutom är vanligast för intervjupersonerna att ignorera denna typ av agerande hos andra bekräftar Perssons

antagande om talande tystnad, vilket är problematiskt då det lika gärna kan upplevas som ett godkännande och accepterande av en individs beteende. Dessutom hanterar intervjupersonerna det genom talande tystnad till en viss gräns, då ett upprepande beteende hos den agerande istället resulterar i att de tar bort Facebook-vännen, eller döljer dess aktivitet från sitt nyhetsflöde. Intervjupersonernas sätt att hantera andras agerande på gör alltså att det på samma gång är svårt för dem själva att veta om någon faktiskt har tagit illa upp eller reagerat negativt på deras aktivitet.

Det finns alltså begränsningar med mediet, i jämförelse med interaktionen ansikte mot ansikte, vilket även intervjupersonerna visar medvetenhet för. De reflekterar själva kring att det är lättare att misstolka på Facebook och att de föredrar att diskutera något ansikte mot ansikte, för att enklare kunna läsa av stämningen. Detta kan liknas vid Perssons konstaterande om bristen på överförda uttryck i sociala medier (Persson, 2012, s.266-269). Även om införandet av reagera-symboler tekniskt sätt förenklar en mer nyanserad respons så tillhör det fortfarande ett kontrollerat, utsänt uttryck. Med denna medvetenhet i bakhuvudet visar intervjupersonerna på en viss tolerans mot andras agerande på Facebook, framförallt till personer som de har en nära relation med. Dock har de i sådana relationer ett större behov av att reda ut en sådan typ av situation. Genom att kommentera, skicka privat meddelande eller ta upp det ansikte mot ansikte liknar deras hantering takt visavi takt. Som publik markerar intervjupersonerna alltså mot agerande i deras närhet, för att ge dem en chans att anpassa sig och rätta till situationen. Skillnaden är dock att det innebär en fördröjd takt visavi takt. Att intervjupersonerna hanterar agerande olika, beroende på hur nära relation de har med dessa, skulle kunna påverkas av det faktum att intervjupersonerna har en relation med närstående personer även offline. De kommer därmed vara publik till dessa i andra sammanhang än enbart på Facebook.

Sammanfattningsvis kan det konstateras att intervjupersonerna *resonerar* som så att fördelarna med ett heterogent nätverk och användningen av mediet väger tyngre än nackdelarna. Detta motiverar intervjupersonerna till ett fortsatt användande av Facebook. Fördelarna utgör framförallt av den smidiga kommunikationen, möjligheten att hålla sig uppdaterad och att hålla kontakten med olika personer i sin publik. Nackdelarna med en heterogen publik *hanteras* genom ett mer strategiskt användande av plattformen, i jämförelse med när intervjupersonerna var nya på plattformen. Det innebär konkret att intervjupersonerna drar skarpare gränsdragningar för vem som får vara i publiken. De delar även i lägre utsträckning med sig av information till alla sina publikter på en och samma gång. De skapar istället mindre regioner inom plattformen, genom att bygga upp egna perceptions- och varseblivningsbarriärer. Dessa består i form utav slutna Facebook-grupper och privata meddelanden. På så sätt uppnås tydligare yttre gränsdragningar av publiken och tydligare åtskillnad inom publiken.

Diskussion

Syftet med studien var att undersöka hur Facebook-användare reflekterar över och hanterar sin heterogena publik på Facebook. Utifrån syftet formulerades tre frågeställningar som var och en ringade in varsitt tema: användande, gränsdragningar av publiken samt olika roller, ett Facebook-konto.

För det första kan det konstateras att intervjupersonernas användande av plattformen har förändrats. Intervjupersonerna har idag ett annorlunda förhållningssätt till plattformen än vad de hade som nya användare. Intervjupersonerna använder plattformen både för att uttrycka sådant som tillhör den bakre och den främre regionen. Skillnaden från deras tidiga användande är att de idag identifierat och byggt upp perceptions- och varseblivningsbarriärer inom plattformen, för att därmed skilja de åt och få kontroll över regionerna. Konkret innebär det att intervjupersonerna till exempel kommunicerar sådant som tillhör den bakre regionen genom att använda sig av Messenger.

För det andra ser jag att ett mönster i hur intervjupersonerna har hanterat gränsdragningarna av publiken som uppdelat i tre steg. Som nya användare upplevde de plattformen som slutna och hade endast sina närmsta vänner som Facebook-vänner. Publiken bestod då av sådana individer som kunde konstateras tillhöra den bakre regionen. Intervjupersonernas publik utökades därefter och blev under relativt kort tid betydligt mer heterogen. Publiken blev mer splittrad, och hamnade i gränslandet mellan olika regioner. Det ledde i sin tur till att intervjupersonerna upplevde sig ha mindre kontroll över vem som kunde få tillgång till deras material, och hur det kunde uppfattas. Det resulterade i att intervjupersonerna idag anser sig vara mer restriktiva i sitt delande och har återigen dragit tydligare gränser över vilka som får komma in, och vilka som får stanna kvar, i publiken.

Slutligen kan det konstateras att intervjupersonerna, trots tydligare gränsdragningar, fortfarande har olika roller gentemot personerna i sin publik. De hanterar intervjupersonerna genom publikåtskillnad, på ett sätt som är tydligt kopplat till hur deras användande av plattformen ser ut idag. Intervjupersonerna publicerar mindre eget material som når hela publiken på samma gång. De kommunicerar istället med en mer homogen publik i form av slutna grupper och privata meddelanden på Messenger. På det sättet kan intervjupersonerna enklare styra intrycken de gör på andra, om sig själva. Det är även ett sätt att hantera problematiken kring negativ respons. Som tidigare konstaterat är det inte lika enkelt för intervjupersonerna att uppfatta negativ respons från sin publik, på grund av den fysiska distans som kommunikation via Facebook innebär. Dessutom kan intervjupersonerna inte utesluta att publiken väljer att inte visa om den har reagerat negativt på något, då det tenderar att vara intervjupersonernas sätt att hantera situationen på när de själva är i rollen som publik.

Intervjupersonernas tidiga Facebook-användande kan liknas vid det Goffman skriver om en individs hantering av en ny ställning i samhället. Idag kan de konstateras att intervjupersonerna har utformat ett tydligare socialt manus för sitt beteende på plattformen. Intervjupersonernas Facebook-användande kan därmed definieras som mer strategiskt idag.

Facebooks olika nya och uppdaterade funktioner som utvecklats för att förenkla för användarna att kontrollera sin sekretess verkar inte ha övertygat intervjupersonerna att dela mer. I vissa fall är det till och med ovetande om vilka inställningar som faktiskt erbjuds dem och de upplevs dessutom som för omständliga och krångliga att använda. Samtidigt fortsätter intervjupersonerna att använda sig av Facebook, och ser fördelar med sin heterogena publik då det möjliggör ett enkelt hålla kontakten med varandra. I den aspekten går Facebooks och intervjupersonernas förhållningssätt isär. Facebook utvecklar metoder för att deras användare

ska dela mer, och istället begränsa vilka som ska få tillgång till materialet. Intervjupersonerna menar istället att de väljer att inte dela något alls om de inte upplever att det är okej för alla att se. Studiens resultat kan inte förklara hur vanligt förekommande denna inställning hos Facebook-användare är. Dock bekräftar intervjupersonernas beteende det som Facebook själva konstaterat om sina användare, nämligen att de i lägre utsträckning publicerar privat information om sig själva. En intressant aspekt är att det fortfarande är det sociala medium som dominerar i Sverige. Möjligen innebär dessa omständigheter att begreppet *aktiv Facebook-användare* har fått en ny innebörd, och att detta är något som Facebook bör ta ställning till. Det kan till exempel göras genom att anpassa plattformen ytterligare för att förenkla publikåtskillnad och utforma fler funktioner som drar skarpare gränser mellan främre och bakre region.

Hur intervjupersonerna resonerar kring sitt användande, samt hur det har förändrats med tiden, stämmer relativt väl in på de förväntningar som ställdes inför intervjuerna. Framförallt det faktum att intervjupersonerna upplever att de delar mindre privat information om sig själva. Studiens resultat gav däremot en djupare förståelse till vilket resonemang som kan ligga till grund för detta förändrade användande. Den mest intressanta aspekten av studiens resultat var att se hur intervjupersonernas resonemang och hantering av sin publik på plattformen så väl kan liknas till Goffmans teorier, trots att de ursprungligen har utformats för interaktionen mellan människor offline. Oavsett alla de fördelar som intervjupersonerna upplever med ett heterogent nätverk samlat på en och samma plattform så upplever de trots allt ändå ett behov av att dela upp plattformen i olika regioner och skilja publiken åt, för att därmed bättre kunna styra de intryck de förmedlar om sig själva hos andra.

Reflektioner kring metod och genomförande

Med detta konstaterat ska det poängteras att studiens analys bygger på intervjupersonernas självupplevda beteende och hanterande av sin heterogena publik. Den risk som alltid finns när människor ska resonera om sin egen självbild och sitt beteende är att det inte alltid stämmer överens med hur hen faktiskt agerar. Intervjupersonernas medvetna förhållningssätt under en intervjusituation kanske därmed inte korrelerar fullt ut med deras faktiska beteende. Skall man dessutom hänvisa till studiens egna teoretiska utgångspunkt så kan man konstatera att intervjupersonerna har ett behov av att styra intrycket av sig själva lika väl som agerande i en intervjusituation, som i sina övriga roller.

Urvalet av intervju personer uppnådde en relativt jämn fördelning i ålder och kön. Möjligtvis hade ytterligare en manlig intervju person kunnat tilläggas, för att få en exakt fördelning mellan könen. Dock kan jag konstatera att varken kön eller ålder påverkade intervju personernas intervju svar i någon märkbar riktning. Intervju personerna resonerade till övervägande del samstämmigt sinsemellan. Det som skiljde ut sig var snarare av vilken anledning de använde plattformen. I den aspekten var det i synnerhet den intervju person som såg Facebook som en kanal för personlig marknadsföring som skiljde sig från övriga intervju personer. För att ytterligare stärka reliabiliteten hade provintervjun kunnat genomföras med någon annan än en vän. Skillnaden intervju personerna emellan hade varit intressant att utöka ytterligare genom att intervjua ett par stycken som aktivt publicerade statusuppdateringar och bilder, för att se om de resonerar eller hanterar sin heterogena publik annorlunda.

Förslag på fortsatta studier

Den här studien studerade den åldersgrupp av användare som antogs ha ett så heterogent nätverk som möjligt på Facebook. I fortsatta studier hade det varit intressant att jämföra två åldersgrupper med varandra. Man skulle till exempel kunna jämföra om yngre resonerar annorlunda kring sin publik än äldre. Detta då yngre växt upp med sociala medier och kanske utformat ett socialt manus som ser annorlunda ut än äldres, som inte haft sociala medier som en naturlig del av sin vardag på samma sätt.

Ett annat intressant område att undersöka vidare är hur användare resonerar och hanterar sin publik på Facebook, i jämförelse med Instagram. På Facebook hade intervjupersonerna blivit mer restriktiva med att publicera bilder, då det många gånger ansågs för privat eller att de inte upplevde sig ha kontroll över vart materialet tog vägen. Samtidigt är Instagram det sociala medium som växte mest i Sverige under 2015, en plattform som är helt och hållet bildbaserad. En jämförande studie mellan dessa två plattformarna skulle möjligtvis kunna dra ytterligare slutsatser om huruvida användarnas sociala manus och förhållningssätt till nya medier utvecklas med tiden.

Referenser

- boyd, D. & Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. Journal of Computer Mediated Communication 13(1).
- boyd, d. (2008). *Facebook's privacy trainwreck: Exposure, invasion, and social convergence*. Convergence, 14(1), 13-20. doi:10.1177/1354856507084416
- Dijck, v., J. (2013). "You have one identity": *Performing the self on Facebook and LinkedIn*. Media, Culture & Society, 35(2), 199-215.
- Edström, D. (2015). *13 saker vi gjorde på Facebook 2007*. Expressen. Hämtad från: <http://www.expressen.se/omtalat/livet/13-saker-vi-gjorde-pa-facebook-2007--kolla-in-och-bli-riktigt-nostalgisk/>
- Ekström, M., & Larsson, L. (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap* (2. uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2012). *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad* (4., [rev.] uppl. ed.). Stockholm: Norstedts juridik.
- Farquhar, L. (2013). *Performing and interpreting identity through Facebook imagery*. Convergence, 19(4), 446-471.
- Findahl, O. (2015). *Svenskarna och Internet 2015*, Internetstiftelsen i Sverige. (IIS). Hämtad från: https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2015.pdf
- French, A. M., & Read, A. (2013). *My mom's on Facebook: An evaluation of information sharing depth in social networking*. Behaviour & Information Technology, 32(10), 1049.
- Goffman, E., & Bergström, S. (2009). *Jaget och maskerna: En studie i vardagslivets dramatik* (5. uppl. ed.). Stockholm: Norstedts.
- Hoffmann, L. A. (2016). *Facebook is worried about users sharing less – but it only has itself to Blame..* The Guardian. Hämtad från: <https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/19/facebook-users-sharing-less-personal-data-zuckerberg>
- Hooper, V., & Kalidas, T. (2012). *Acceptable and unacceptable behaviour on social networking sites: A study of the behavioural norms of youth on Facebook*. Electronic Journal of Information Systems Evaluation, 15(3), 259.
- Krug, S. (2016). *Reactions Now Available Globally*. Facebook Newsroom. Hämtad från: <http://newsroom.fb.com/news/2016/02/reactions-now-available-globally/>
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun* (3. [rev.] uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.
- Lind, R., Ivarsson Westerberg, A., & Studieförbundet Näringsliv och samhälle. (2011). *Ledning av företag och förvaltningar: Former, förutsättningar, förändring* (4., [omarb.] uppl. ed.). Stockholm: SNS förlag.

- Magid, L. (2014). *Facebook Changes New User Default Privacy Setting To Friends Only -- Adds Privacy Checkup*. Forbes. Hämtad från: <http://www.forbes.com/sites/larrymagid/2014/05/22/facebook-changes-default-privacy-setting-for-new-users/#59bbf62a725f>
- Miller, R., Parsons, K., and Lifer, D. (2010). *Students and social networking sites: the posting paradox*. Behaviour & Information Technology, 29 (4), 377–382.
- Persson, A. (2012). *Ritualisering och sårbarhet: Ansikte mot ansikte med Goffmans perspektiv på social interaktion* (1. uppl. ed.). Malmö: Liber.
- van den Berg, B., & Leenes, R. (2011). *Keeping up appearances: Audience segregation in social network sites*. In Computers, privacy and data protection: An element of choice (pp. 211-231). Springer Netherlands.
- Walther, J. B., Van Der Heide, B., Kim, S., Westerman, D., & Tong, S. T. (2008). *The role of friends' appearance and behavior on evaluations of individuals on Facebook: Are we known by the company we keep?* Human Communication Research, 34(1), 28-49. doi:10.1111/j.1468-2958.2007.00312.x

Övriga källor

- Facebook (2016a) *Grupper* Hämtad från: <https://www.facebook.com/help/219443701509174/>
- Facebook (2016b) *Hur anmäler jag ett barn under 13 år?* Hämtad från: <https://www.facebook.com/help/157793540954833?sr=2&query=åldersgräns&sid=0czmA muwSw9hfD0oT>
- Facebook (2016c) *Hur avgörs vilka händelser som visas i nyhetsflödet?* Hämtad från: <https://www.facebook.com/help/166738576721085>
- Facebook (2016d) *Publicera och dela* Hämtad från: <https://www.facebook.com/help/333140160100643/>
- Facebook (2016e) *Reglera det som visas i ditt nyhetsflöde* Hämtad från: <https://www.facebook.com/help/335291769884272>
- Facebook (2016f) *Vad innebär det att "gilla" något?* Hämtad från: <https://www.facebook.com/help/110920455663362>
- Facebook (2016g) *Vad innebär sekretessinställningen "Anpassad"?* Hämtad från: <https://www.facebook.com/help/124768544269860?sr=10&query=anpassad&sid=0Mb16 Wnh5QWfAv2vH>
- Facebook (2016h) *Vad är Messenger-appen och varför uppmanas jag att installera den?* Hämtad från: <https://www.facebook.com/help/237721796268379>
- Facebook (2016i) *Vad är min profil?* Hämtad från: <https://www.facebook.com/help/133986550032744>
- Facebook (2016j) *Vad är offentlig information?* Hämtad från:

<https://www.facebook.com/help/203805466323736>

Facebook (2016k) *Vänförfrågan* Hämtad från:

<https://www.facebook.com/help/search/?query=vänförfrågan>

Nationalencyklopedin, *Emoji*, Hämtad från:

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/emoji>

Bilaga: Intervjuguide

Kort introduktion till hur intervjun kommer att gå till.

Informera om anonymitet (namnbyte) och om möjligheten att inte svara och även kunna stryka svar i efterhand.

Har du några frågor innan vi börjar?

Användning

- Vilket år skaffade du Facebook? Varför gjorde du det?
- Varför använder du Facebook? Kan du ge exempel på hur/till vad du använder det till vardags? Hur mycket uppskattar du att du använder det per dag?
- Skulle du själv säga att du är aktiv på Facebook? I så fall, på vilket sätt är du aktiv/inte aktiv?
- Använder du Facebook i ditt arbete/dina studier? På vilket sätt? Är det med samma konto som du använder annars?
- Använder du Facebook annorlunda idag än för några år sedan? På vilket sätt? Varför tror du att det är så?
- Vad tycker du är positivt med Facebook?
- Finns det något du tycker är negativt med Facebook?
- Finns det någonting du skulle vilja att Facebook ändrar? Någon funktion som du saknar idag?
- Har du ett annat socialt medium kopplat till ditt Facebook-konto? Vilket/vilka? Brukar du posta samma saker där, som på Facebook? Varför det? Finns det något som är positivt/negativt med det som du har funderat över?

Gränsdragningar av publiken

- Cirka hur många vänner har du på Facebook? Vad tycker du om det antalet? Mycket/lite?
- Vilka är du vänner med på Facebook? Vänner? Bekanta? Släkt? Kollegor? Klasskompisar? Partner? Familj? (få en bild av exakt hur heterogen publiken är).
- Skulle du säga att du har en nära relation till alla dina Facebook-vänner?
- Vilka brukar du kommunicera med på Facebook? På vilket sätt? (Inlägg, tagga i kommentarer, bilder, all form av kommunikation som blir synlig för resten av ens Facebook-vänner) Är det någon du inte pratar med?
- Finns det någon/några du känner i verkliga livet som du inte vill ha som vän på Facebook? Varför? Vilken relation har du till dem?
- Har du någon gång tyckt att det har varit svårt att bestämma dig för om du ska acceptera en vänförfrågan eller inte? Varför? Hur gjorde du?
- Har du någon gång tackat ja till en vänförfrågan, fast du egentligen inte ville? Varför?
- Har du någon gång tackat nej till att bli vän med någon? Varför? Har du reflekterat över om den personen förstått att du tackat nej? Hur tänker du kring det?
- Har du valt att ta bort en kontakt på Facebook, som du tidigare lagt till/accepterat? Varför?

Olika roller, ett Facebook-konto

- Om du delar, gillar eller publicerar något, brukar du fundera på vem som kommer att se detta? Berätta!
- Har du reagerat eller blivit förvånad över att en viss person/personer valt att gilla din statusuppdatering/bild någon gång? Kan du ge exempel på situation? Vad tror du är anledningen till att du blev förvånad?

- Vilka delningsinställningar känner du till på Facebook? (sådana som reglerar vem av ens vänner som får se vad) Använder du dig av dessa? Varför och hurdå/Varför inte?
- Tycker du att din Facebook-profil visar en sanningsenlig bild av vem du är som person? På vilket sätt? Om inte, vilken bild tycker du att Facebook visar av dig?
- Upplever du att dina kontakter får se andra sidor av dig, i och med att ni är vänner på Facebook, som de kanske annars inte hade sett? Kan du ge exempel på vilket sätt? Vad tycker du om det? Positivt/negativt?
- Upplever du att du får se andra sidor av personer du känner, i och med att ni är vänner på Facebook, som du annars kanske inte hade sett? Kan du ge exempel på vilket sätt? Vad tycker du om det? Positivt/negativt?
- Har du gått in på din profil och rensat, tagit bort information, bilder, inlägg någon gång? Av vilken anledning valde du att göra det?
- Har en Facebook-vän till dig taggat dig i ett inlägg eller foto som du egentligen inte vill förknippas med? I så fall, varför har du inte velat förknippas med detta? Hur har du hanterat det?
- Har en person reagerat positivt på något som du har gjort på Facebook? Berätta/Ge exempel! Hur visade personen att den reagerade positivt?
- Har en person reagerat negativt på något som du gjort på Facebook? Berätta/Ge exempel! Hur visade personen att den hade reagerat negativt? Hur hanterade du/ni detta?
- Har din bild av någon du känner i verkliga livet förändrats av att följa densamma på sociala medier? Hur då? Positivt/negativt.

Avslutningsvis

- Finns det något du själv skulle vilja tillägga som du tycker att vi har missat att ta upp?
- Kan jag höra av mig till dig om det är någon fråga jag missat att ställa?