

## *Facebook* - i et hverdagslivsperspektiv

Anne Scott Sørensen

”Vi definerer sociale netværkssider som web-baserede services, der tillader individer at 1) konstruere en semi/offentlig profil 2) artikulere en liste af brugere med hvem, de deler en forbindelse 3) se og gå på tværs af egen og andres liste inden for systemet. Arten og karakteren af disse forbindelser kan variere”.  
(Frit efter Boyd og Ellison, 2008: 211)

Danskerne har taget *Facebook* til sig. 70 % har en profil<sup>i</sup> og mere end 50 % angiver at være aktive<sup>ii</sup> på det sociale netværksmedie, der først i 2006 blev gjort alment tilgængelig, men siden helt eller delvist har udkonkurreret en række andre sociale netværkssider, især i Danmark. Såvel den offentlige debat om som forskningen i de nye sociale netværksmedier, herunder *Facebook*, har drejet sig om forholdet mellem *on* og *off* line, mellem privat og offentligt, virkeligt og virtuelt, selv og netværk mv. Alle relevante temaer, som jeg i denne artikel skal nærme fra en særlig vinkel, nemlig et hverdagslivsperspektiv: hvordan indgår brugen af *Facebook* og andre sociale netværksmedier i danskeres øvrige mediebrug og hverdagsliv? Hvilke hverdaglivsdiskurser opstår der vedrørende brugen af dem? Og hvilke ’teksturer’ danner de i hverdagslivet, forstået som både symbolske og materielle spor, ruter og mønstre? I diskussionen heraf refererer jeg dels til en særlig tradition inden for medieforskningen, hvor medieteorier kombineres med kultur- og tekstteori, dels til et forskningsprojekt om ”Offentlighedens nye grænseflader” inden for rammerne af hvilket, der er foretaget et survey over danskeres aktuelle mediebrug, og hvor jeg bidrager med et kvalitativt studie af brug af de sociale netværksmedier, foreløbig omfattende fire fokusgruppeinterview med 20 respondenter samt deres respektive *Facebook*-profiler<sup>iii</sup>.

### Medialisering, domesticering og teksturation

Med henblik på at etablere et hverdaglivsperspektiv på mediebrug er spørgsmålet om medialisering relevant. Der findes tre forskellige, teoretisk begrundede tilgange til dette spørgsmål. *Den første* drejer sig *dels* om medierne som en selvstændig magtfaktor, *dels* om hvordan politik, økonomi og civilsamfund underlægges medierne og deres særlige logik. *Den anden* drejer sig om enkelte mediers ’mediatet’; dvs. de særlige tilbud og begrænsninger, de frembyder, og den form for brug, de tilsiger. *Den tredje* drejer sig om, hvad brugere gør ved medierne, dvs. hvordan medier domesticeres i den sociale praksis og hverdagslige brug (Lundby, ed. 2009).

Roger Silverstone (1994, 2007) er ophav til det sidste perspektiv. Han har beskæftiget sig med 'mediebiografier', dvs. hvordan medier indgår i et kontinuerligt kredsløb af produktion, cirkulation og konsumtion, og han har beskæftiget sig med den måde, medier og teknologier anvendes på i den daglige, sociale praksis, og hvordan denne anvendelse igen virker tilbage på mediers udformning. Forskere som David Morley (2000) og Nick Couldry m.fl. (2007) har fulgt i dette spor og udvidet perspektivet til at gælde forbrugs- og livsstilsaspekter, dvs. hvordan forbrugere anvender medier til at skabe tilhør og et såvel smagsbestemt som socialt og politisk engagement. Maren Hartmann (2009) har især beskæftiget sig med de diskursive aspekter og med domesticering som en etisk diskurs eller moralsk økonomi, hvorigennem brugere filtrerer nye medier og skaber ontologisk sikkerhed. Hun hævder, at det hverdagslige både rummer en transformerende og en konserverende kraft, det sidste i en form af en ureflekteret *common sense*.

André Jansson (2009) fremhæver, at hverdagsligheden udgør en enhed af noget symbolsk og noget materielt/rumligt, og at vi kontinuerligt gen/skaber tilhørsforhold ved at væve såvel individuelle som kollektive ruter, spor og mønstre, "teksturer", heri i form af bestemte fremgangs-, forholde- og udtryksmåder. Sådanne teksturer udgør da affektivt investerede og ofte rituelle afsæt for sprog, identitet og sam/handlen (jf. også Sørensen, 2009). Jansson hævder, at medierne udgør både en betingelse og et redskab for teksturation, idet han peger på, at ikke mindst de nye interaktive og mobile medier er spatio-temporale størrelser, der strukturerer tid og rum for os på ikke erkendte eller intenderede måder, men også danner afsæt for nye navigationsbestræbelser, dvs. for dannelse af nye, mobile tilhørsforhold og teksturer. Janssons foretrukne eksempel vedrører mobilbrug, men her skal det dreje sig om brugen af det sociale netværksmedie *Facebook*, og hvordan det kan blive et spor i hverdagen på tværs af tid og rum. Jeg skal da især koncentrere mig om, hvordan deltagere i undersøgelsen bruger deres "profiler" som afsæt, men nedenfor en illustration af en af de mange åbne grupper, man kan deltage i, og som kan udgøre en dimension i et mere specifikt spor.



Et skærmprent af Facebook-gruppen “For os der elsker bonderøven på DR2”. Grupper er til forskel fra de fleste personlige profiler i dag åbne og dermed offentligt tilgængelige.

### Mediebrug, etisk diskurs og tilhør

Det generelle billede, der fremstår af det survey over danskeres mediebrug, der er foretaget i 2009 i regi af projektet ”Offentlighedens nye grænseflader”, er, at danskerne på tværs af køn, alder og uddannelse generelt set har en omfattende og bredepektret brug af computer og internet<sup>iv</sup>. Privat bruger de nettet til at orientere sig i nyhedsstof, søge information fra offentlige myndigheder og opnå viden i forbindelse med fritidsaktiviteter og -interesser. Derudover bruges nettet til underholdning: spil, musik, videoer og film – enten direkte eller via tv, i-pod og mobil. Men ikke mindst bruges nettet til kommunikation med familie, venner og kolleger – via e-mail, chatfunktionen *Messenger* eller sociale netværksmedier som *Facebook*. Selvom tv stadig er det medie, der fylder mest i mediebruget og også tillægges størst værdi som både nyheds- og underholdningsmedie, så bruges nettet i stigende grad både som indgang til de etablerede medier, især public service tv og de store aviser, og som supplement eller direkte alternativ hertil. Det sidste kan dog (endnu) ikke aflæses af antallene, men fremgår af den kvalitative dimension og fokusgruppeinterviewene.

I flere af fokusgrupperne var det et tema, at (dansk) tv forekommer både kedeligt og langsomt – det er svært at stå en hel nyhedsudsendelse igennem; både fordi (danske) tv-nyheder generelt

virker for ”forudsigelige”, og fordi man i tv er afhængig af andres rytme og selektion. Julie, en kvinde i 20erne, fortalte f.eks. under ét af fokusgruppeinterviewene, at selvom hun først for nylig er blevet koblet op med egen pc, netforbindelse i hjemmet og en multifunktionel mobil, og selvom hun stadig bruger disse medier relativt simpelt, så går hun i dag hellere på nettet, herunder *Facebook*, både når hun skal underholdes, og når hun skal informeres, end hun søger til tv og aviser. For her bestemmer man selv, hvornår og hvordan man henholdsvis vil informeres og underholdes, valgmulighederne er flere, ligesom der her er mulighed for at møde andre brugere og dele synspunkter med dem (som f.eks. via grupper på Facebook i tilknytning til andre medier og medieprodukter). Endelig kan brug af nettet frem for de øvrige medier bedre flexes ind i hverdagsrytmen og f.eks. det at være nybagt mor. To mandlige informanter i 40erne, Henrik og Lars, der deltog i samme interview, kunne sætte yderligere trumf på synspunktet ved at tilkendegive, at *dansk tv* og presse efter deres mening simpelthen er blevet både for provinsiel og for triviel i indflydelsen fra ”*vox pop, reality-tv og følelsseshow*”, og at de i stigende grad søger til nettet og mod udenlandske nyhedsmediers hjemmesider. For dem var det således ikke et spørgsmål om hverdagslivet og/eller behovet for at udveksle med andre mediebrugere, der gjorde sig gældende, men mere spørgsmålet om at foretage nogle individuelle valg og udlægge nogle personliggjorte teksturer i deres daglige praksis og selvforståelse.

I samme interview blev det i forlængelse af ovenstående et tema, hvordan medierne i øvrigt indgår i hverdags- og hjemmelivet, hvordan de struktureres og bruges til at strukturere tid og rum, og hvordan man vægter det at være koblet op på de forskellige medier og det at kommunikere med familie og venner på *Facebook* over for det fysiske samvær og fysiske aktiviteter. Hvilke etiske diskurser opstår der med andre ord i hjemmet og familien? Henrik og Lars tilkendegav, at de i deres relativt store (sammenbragte) familier har den praksis, at man om aftenen og i week-ender sidder sammen med hver sin pc og udveksler og diskuterer det, man nu deltager i, oftest på nettet. Et sådant arrangement anså de for et godt alternativ til det at sidde hver for sig rundt om i huset, men egentlig også til at sidde sammen foran en tv-skærm, som alles opmærksomhed hver for sig er rettet mod. Samtidig mente de, at det giver en ’naturlig’ anledning til at diskutere adfærd på nettet, herunder på de sociale netværksmedier, f.eks. havde Henrik på den måde fået anledning til at diskutere et problematisk festbillede på *Facebook* med sin 17-årige søn. Det fremgik også af denne diskussion, at man gerne er ”ven” med den nære familie på Facebook – og at det kan give anledning til et særligt samvær at kombinere kommunikation *on* og *off* line, f.eks. mellem forældre og børn. I den forstand er det ikke så relevant at skelne mellem *on* og *off* – de to dimensioner indfoldes i dag i

de danske hjem, idet der opstår nye former for hverdagspraksis omkring mediebrug og familiesamvær og skabes nye etiske diskurser omkring brugen af dem.

Dermed ikke være sagt, at forholdet mellem medier, familie- og hverdagsliv, mellem *on* og *off* er gnidningsfrit. I et andet fokusgruppeinterview blev friktionerne da også tydeligere. Flere tematiserede her, at enten de selv eller andre medlemmer af husstanden bruger (for) meget tid på især tv, mobil, pc og internet, herunder *Facebook* eller andre sociale platforme. Det giver løbende anledning til diskussion mellem både partnere og mellem forældre og sted/børn. Som regel er det diskussioner, der anses for at høre hverdagslivet i en moderne netværksfamilie til, og som angiveligt kan ordnes gennem forhandling af 'sådan-gør-vi-her'-regler. Men i enkelte hjem, f.eks. hos informanten Søren, har man (de voksne) måttet ty til mere drastiske løsninger såsom at sætte en automatisk lukkemekanisme på *routeren* og dermed lukke for såvel tv som internet mellem kl. 22 og kl. 8 (i week-enden tidsmæssigt forskudt). Hos en anden informant, Bo, hvor der ikke er børn, må han og partneren jævnligt indgå aftaler om mediefri dage eller week-ender, hvor der slukkes om ikke for mobilen så for tv og pc og dermed internet og *Facebook*. I nogle familier var man heller ikke "venner" med de nære familiemedlemmer (dvs. husholdet) på *Facebook*, men valgte netop at lægge en privathedszone ind her.

På tværs af husstandstyper synes det at være en fast etableret og ufravigelig regel, at al elektronik er afkoblet under det fælles aftensmåltid, mens det omvendt ser ud til at være en legitim praksis, at dagen startes og sluttes med et check af ens *Outlook* box eller *Facebook* profil.

#### *Facebook*: social konvergens og moralsk økonomi

Men hvad foregår der så, når man deltager i sociale netværksmedier som *Facebook*? Hvilken moralsk økonomi, og hvilke teksturer opstår der *i* brugen? Her bød fokusgruppeinterviewene på flere overraskende svar, sammenholdt med den aktuelle forskning, men også svar, som må ses i lyset af den faktiske aktivitet på profilerne.

Forskningen i sociale medier, herunder *Facebook*, er ung, men allerede betragtelig. Et fremherskende emne har været, hvorvidt *Facebook* anvendes til at skabe nye netværk eller snarere opretholde allerede eksisterende (Boyd & Ellison, 2008; Beer, 2008). Der er blevet skelnet mellem såkaldt stærke ('egentlige' venner) og såkaldt svage bånd (f.eks. kolleger og bekendte), og det er blevet påpeget, at *Facebook* især egner sig til at pleje de svage bånd (Jensen, 2009; Lundby, 2009). Samtidig er det blevet fremhævet som et paradoks, at brugerne oplever *Facebook* som et privat og intimt rum, men reelt eksponerer sig for en bredere offentlighed – mange benytter sig således ikke

af muligheden for at begrænse adgangen til deres profiler, mange er ikke klar over de nye muligheder for at selektere i, hvilke informationer, der skal tilgå hvem fra ens venneliste – og mange er ikke klar over, hvilke huller, der alligevel er i disse *privacy*-indstillinger (f.eks. blotlægningen for venners venner via den såkaldte ”væg”) eller over, hvad *Facebook* som virksomhed kan bruge og hvordan (Boyd, 2008). Omvendt modtager brugere via deres væg en konstant og udifferentieret informationsstrøm om aktiviteten på andres profiler og via denne delvist også adgang til en kreds af venners venner (især via billeder og albums). I forlængelse heraf har Boyd (2008) også påvist, at der ikke bare er tale om en opbrudt eller uklar grænse mellem privat og offentligt, men om, at flere typer af offentligheder blandes, eller rettere at kontekster, der i den fysiske omgang som regel holdes adskilt, her blandes, og at konsekvensen er en uoverskuelig social konvergens, der modsvarer den udbredte mediekonvergens, dvs. sammenkoblingen af medieflader, (Boyd, 2008).

Fokusgruppeinterviewene kunne både be- og afkræfte dette billede. Der opstod i samtlige fokusgruppeinterview hurtigt en rational diskurs omkring brug af såvel nettet i almindelighed som sociale netværksmedier og *Facebook* i særdeleshed. En diskurs, som handlede om generelt at være ”fornuftigt forsigtig” i sin brug af nettet uden at lade sig begrænse – altså at finde en balance mellem tillid og mistillid. På sociale netværkssider, in casu *Facebook*, udtrykkes en sådan balance ved et udbredt princip om kun at åbne ens profil for vennelisten. Til gengæld var der ingen, som benyttede sig af muligheden for at være selektiv og skelne mellem forskellige grupper af venner og selektere i deres adgang. Her opstod i stedet en konsensus omkring en moralsk økonomi, der tilsiger, at man hellere selekterer i adgangen til én venneliste og kun åbner for dem, som man anser for at have samme grundetik omkring spillereglerne. Altså: man fravælger hellere opfordringer til venskab, eller om nødvendigt lukker for tidligere venners adgang, end man selekterer blandt dem, når de først er inde. Alternativt bruger man muligheden for at sende private beskeder til én eller flere, en slags email-funktion på *Facebook*. For mange var denne moralske økonomi lige så meget affødt af, at man endnu ikke var fortrolig med de nye *privacy*-muligheder som af en principiel stillingtagen, og i lyset heraf er den måske først og fremmest en øjeblikspraksis og dermed udtryk for en pragmatisk fremgangsmåde – eller en praksis, der måske også især kendetegner den gruppe af gennemsnitligt aktive brugere, vi havde fat i, frem for f.eks. en gruppe af superbrugere. Konsekvensen er nemlig, at man hele tiden netop må tage den sociale konvergens i betragtning og i den forstand sigte mod mindste fællesnævner.

Et eksempel på, hvad en sådan moralsk økonomi kan betyde i praksis er informanten Marias negative erfaring med ikke at have forstået den i tide. Hun fortæller, at hun, der også til daglig er ret direkte og bramfri i sin kommunikation, fortsatte denne stil på FB uden skelen til forskellige typer af brugere, og da blandt andet i en udveksling om kropskirurgi omtalte intimkirurgi og i den forbindelse også benævnte intime kropsdele, hvilket fremkaldte en voldsom reaktion hos nogen på vennelisten. Oplevelsen var for hende så epokegørende, så hun valgte at holde op med at bruge *Facebook* i længere tid. Omvendt gav Ella udtryk for, at overvejelserne omkring det at tilgodese de forskellige brugere og afveje, hvordan hun kunne og ville fremstå for dem, havde ført til, at hun fortrinsvis er til stede som ”kigger”.<sup>v</sup>

*Facebook*: meddelelser, kontaktsignaler og ekspressiv kommunikation

Den rationelle diskurs vedrørende brugen af *Facebook* rammesatte diskussionen i samtlige fokusgrupper, men blev dog også af og til brudt af en mere emotiv diskurs – især når samtalen kom tæt på den faktiske praksis og en række forskellige måder at bruge de forskellige muligheder på *Facebook* på. Til den rationelle diskurs hørte, at de fleste mente fortrinsvis at bruge *Facebook* som et praktisk redskab til at meddele sig i og modtage information omkring hverdagslige gøremål såsom skole- og fritidsaktiviteter, venne- og familiebesøg mv., dvs. til det der af lingvisten Roman Jakobson (1960/1999) og inden for retorikken kaldes for faktisk eller referentiel kommunikation. Til den emotive diskurs hørte det at bruge Facebook til en mere betydningsfuld kommunikation, f.eks. med fjerntboende, men alligevel nære familiemedlemmer og venner og da gerne benytte muligheden for at sende billeder og oprette albums, eventuelt med små fortællinger. Med et sådant formål kunne man også – undtagelsesvist – udtrykke følelser og forsøge sig med en egentlig selvfremstilling – det, Jakobson kalder en ekspressiv eller ligefrem poetisk kommunikation, og som han forbinder med en sproglig flerlagethed eller kreativitet. Men den generelle indstilling var, at en egentlig selvfremstilling ikke hører hjemme på *Facebook* på grund af de forskellige kontakter og kontekster, der her blandes – altså netop det, der ovenfor blev kaldt for den sociale konvergens.

På grænsen mellem den rationelle og den emotive diskurs lå det, der blev anset for en form for kontaktsignaler, og som af Jakobson og inden for retorikken kaldes faktisk kommunikation – og som på *Facebook* også kan udføres gennem den såkaldte prikkefunktion. Kontaktsignaler anvendes angiveligt med henblik på de lidt løsere eller svagere forbindelser – dvs. små opdateringer, der viser at man er til stede, gerne i form af små humoristiske kommentarer på egen profil eller tilkendegivelser af interesse på andres. Det blev dog også fremhævet, at denne genre kan være svær

at beherske, fordi den på den ene side nemt bliver triviell/banal og ikke er til at skelne fra den form *small talk*, som samtlige informanter tog afstand fra, nemlig den, hvor man bare opregner, hvad man foretager sig her og nu, eller fremsætter uforpligtende erklæringer om dette eller hint, og fordi den på den anden side kan være svær at styre, fordi man ikke ved, hvordan forskellige modtagere reagerer på virkemidler som humor og ironi. (Noget Jakobson henfører til det, han kalder metakommunikation).

Et eksempel kan her være Bo, der er først i 30erne, har over 200 venner, relateret til tre forskellige grupper: familie, kolleger og venner – de sidste igen delt op i de også i den sociale omgang nære venner og så mere løse gruppevenskaber fra forskellige fritidsaktiviteter. Han bruger især *Facebook* som et redskab til at lave aftaler og koordinere aktiviteter i såvel familien som de forskellige fritidsgrupper, han er en del af, og til at huske fødselsdage og andre mærkedage. Men også til at oprette og holde en kontakt med kolleger, der mest har signalværdi, dvs. er med til at opbygge og fastholde et godt kollegialt klima, men som også kan aktiveres som et netværk i andre forbindelser. Han tilkendegiver, at grænsen mellem *small talk* og signalsnak er hårfin. Hans egen seneste post før interviewet har f.eks. handlet om vejret på hans egen fødselsdag, og hans seneste kommentar har været et gensvar på en kollegas kommentar til hans post om fødselsdagsvejret. Respondenten peger i øvrigt i lighed med en række andre på, at han selv godt kan lide at bruge humor til denne form for kontakt, men at det kan være vanskeligt at administrere. Han er selv kommet lidt galt af sted flere gange og konkluderer, at (grænser for) humor er særdeles subjektive.

Informanten Julie kan være et andet eksempel. På *Facebook* har hun som nyuddannet og også nybagt mor i kraft af sine tidligere studie- og sportsaktiviteter langt over hundrede venner, nogle af dem 'rigtige' venner, andre mere bekendtskaber – men med mulighed for at blive venskaber, i hvert fald et potentielt netværk i forbindelse med job og karriere. Julie mener, at *Facebook* er god til både at etablere og opretholde et sådant netværk, hvor der kan skrues op og ned for kontakten efter behov, og derfor antager kommunikationen for hende mest karakter af kontaktsignaler. Til disse kan f.eks. også høre det at fortælle, at man er blevet mor og lægge et enkelt billede eller to ud af den nyfødte. Dette blev understøttet af to jævnaldrende i et andet interview, Marie og Sofie, der begge var studerende og havde op til flere hundrede venner, hvilket de så som led i en netværksopbygning i forbindelse med fremtidig jobsøgning og karriereopbygning.

I kontrast til den fremherskende konsensus om egen adfærd står respondenternes beretninger om andres, især helt unge menneskers, herunder egne børns, adfærd. Tonen er friere og mere



løssluppen og kan få karakter af kodesprog, eller den kan blive skarpere og grænse til chikane og mobning. Enkelte har været ude for at måtte gribe ind over for enten egne eller andre børns sprogbrug og handlinger. Andre har imidlertid været ude for selv at have fået kommentarer på deres væg, som opfattes som nedladende, eller omvendt uafvidende at have fornærmet andre. Som i anden social omgang skal man altså vare sine ord (billeder, lyd og links), men på *Facebook* skal man især overveje, hvad fraværet af kropssprog og fysisk kontekst betyder. Der lægges nemlig vægt på at bevare 'ansigt' og reparere angreb herpå. Og der lægges vægt på form og *manér*, på genrer og gehør i den sociale omgang eller det, Jakobson kalder koder, og som her er kaldt teksturer (jf. også Klastrup, 2010; Lundby, 2009). At komme tættere på at bestemme sådanne vil blive det næste trin i undersøgelsen.

## Udgang

Ovenstående lille indblik i en række informanter og fokusgruppeinterview har givet indsigt i den måde, brugen af sociale netværksmedier, især *Facebook*, italesættes på. Det skal selvfølgelig i næste omgang suppleres med den faktiske aktivitet på profilerne og forsøg på at identificere og begrebssette variationen i den sociale tekstur. Den videre undersøgelse vil også omfatte måder at skabe tilhørsmønstre på gennem deltagelse i forskellige spil, herunder det pt. populære *Farmville*, hvor man kan holde dyr mv., såvel som deltagelse i forskellige grupper, herunder grupper af henholdsvis mere smagsorienteret og mere politisk orienteret karakter.

## Noter

---

<sup>i</sup> Jf. De nyeste tal fra webbureauet Dwarf i notatet "Temperaturen på Facebook", der indgår i den samlede rapport, marts 2010. Ifølge Danmarks Statistik, oktober 2009, er dette tal i aldersgruppen 16-19 år helt oppe på 86%.

<sup>ii</sup> Jf. et ikke offentliggjort survey fra 2009 fra projektet "Offentlighedens nye grænseflader" (Forskningsrådet for Kultur og Kommunikation, 2008-2011) og hjemmesiden <http://ong.au.dk>.

<sup>iii</sup> I denne del arbejder jeg tæt sammen med lektor Jakob Linaa Jensen ved Informations- og medievidenskab på Aarhus Universitet, der venligst har tilladt, at jeg i denne sammenhæng giver et foreløbigt indblik i undersøgelsen.

<sup>iv</sup> Der er givet en foreløbig sammenfatning af surveyet på hjemmesiden, som jeg her refererer til, jf. adressen <http://ong.au.dk/index.php/da/arkiv/29-aktuelt/67-danskernes-mediebrug>.

---

<sup>v</sup> Dwarf skelner i deres markedsundersøgelse og i notatet ”Hvilke type er du på Facebook”, jf. note 1, mellem følgende brugertyper: Den socialt aktive, betragteren, den uinteresserede, spilleren og superbrugeren.

## Referencer

- Beer, David B. 2008. ”Social Network(ing) Sites ... Revisiting the Story so far”, in *Journal of Computer-Mediated Communication* 13: 516-529.
- Boyd, Danah. 2008. ”Facebook’s Privacy Trainwreck. Exposure, Invasion and Social Convergence”, in *Convergence* 14 (1): 13-20.
- Boyd, Danah M., Nicole B. Ellison. 2008. ”Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13: 210-230.
- Couldry, Nick, Sonia Livingstone, Tim Markham. 2007. *Media Consumption and Public Engagement. Beyond the Presumption of Attention*. London: Palgrave MacMillan.
- Danmarks Statistik. *Befolkningens brug af internet 2009*.  
[http://www.dst.dk/upload/befolkningens\\_brug\\_af\\_internet\\_2009\\_-\\_medforside\\_.pdf](http://www.dst.dk/upload/befolkningens_brug_af_internet_2009_-_medforside_.pdf) (01.06.10).
- Dwarf A/S. *Forretningen Facebook – kommercielt eller social medie*, marts 2010.  
[http://www.dwarf.dk/loesninger/forretningen\\_facebook.html](http://www.dwarf.dk/loesninger/forretningen_facebook.html) (01.06.10).
- Hartmann, Maren. 2009. ”Everyday: Domestication of Mediatization or Mediatized Domestication?”, in Lundby, Knut: *Mediatization. Concept, Changes, Consequences*. New York m.fl.: Peter Lang.
- Jakobson, Roman. 1999/1960. ”Linguistics and Poetics”, in Jaworski, Adam, Nikolas Coupland (red.): *The Discourse Reader*. London & New York: Routledge.
- Jansson, André. 2009. ”Mobile Belongings: Texturation and Stratification in Mediatization Processes”, in Lundby, Knut: *Mediatization. Concept, Changes, Consequences*. New York m.fl.: Peter Lang.
- Jensen, Jakob Linaa. 2009. ”Fra onlinefællesskaber til onlinenetværk. Facebook som augmentering af den sociale virkelighed”. *Mediekultur. Journal of Media and Communication Research* 47: 86-99.
- Klastrup, Lisbeth. 2010. ”Sociale fortællinger – statusopdateringers funktion på sociale netværkssites”. *Designværkstedet*, 10/5. <http://design.emu.dk/artikler/1018-socialefortaellinger.html> (01.06.10).

---

Lundby, Knut (ed.). 2009. *Mediatization. Concept, Changes, Consequences*. New York m.fl.: Peter Lang.

Lundby, Knut. 2009. "Media Logic: Looking for Social Interaction", in Lundby, Knut: *Mediatization. Concept, Changes, Consequences*. New York m.fl.: Peter Lang.

Hartmann, Maren. 2009. "Everyday: Domestication of Mediatization or Mediatized Domestication?", in Lundby, Knut: *Mediatization. Concept, Changes, Consequences*. New York m.fl.: Peter Lang.

Morley, David. 2000. *Home Territories: Media, Mobility and Identity*. London: Routledge.

Silverstone, Roger. 2007. *Media and Morality. On the Rise of the Mediapolis*. Cambridge, UK: Polity Press.

Silverstone, Roger, Erik Hirsch (eds.). *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*. London: Routledge.

Sørensen, Anne Scott. 2009. "Social Media and Personal Blogging. Textures, Routes and Patterns". *Mediekultur. Journal of Media and Communication Research* 47: 66-78.

.

.