

## Facebook – selvfremsstilling, small talk og social regulering

Anne Scott Sørensen

MedieKultur 2012, 52, 132-152

Published by SMID | Society of Media researchers In Denmark | [www.smid.dk](http://www.smid.dk)

The online version of this text can be found open access at [www.mediekultur.dk](http://www.mediekultur.dk)

*I denne artikel vil jeg ud fra et medialiseringsspektiv på sociale medier, der spørger til, hvordan de fremmer en særlig netværkssocialitet (Jensen, 2009; Tække, 2010a/b) og -kommunikation (Miller, 2008) dokumentere brugen af den sociale netværksside Facebook i en dansk kontekst. Det vil jeg gøre på baggrund af en kvalitativ undersøgelse fra 2010, hvortil informanterne blev rekrutteret via et survey. Undersøgelsen afdækker tre dilemmaer, der udspringer af det grundlæggende kommunikative paradoks, som netværksmediet afsætter, og som vedrører præmisserne for selvfremsstilling, brugen af statusopdateringen og den sociale regulering. Disse dilemmaer sættes i relief af dels aktuelle genre- og talehandlingsteorier (Miller, 2004; Butler, 2005), dels eksisterende undersøgelser af relaterede aspekter såsom sammensætningen af de personlige netværk ("vennelister") og graden af åbenhed og adgang til de personlige profiler ("privatthed"). Mens herværende undersøgelse i grove træk bekræfter forskningslitteraturen på disse felter, så er de ikke før dokumenteret (og nuanceret) i en dansk sammenhæng. Artiklens væsentligste bidrag ligger dog i identificeringen af de tre kommunikative dilemmaer og i forbindelse hermed en forsøgsvis genrebestemmelse af statusopdateringen og en tematisering af den implicite sociale regulering og etik, hvilket ikke har været gjort før.*

Facebook er i dag oppe på godt 900 mio. brugere på verdensplan, heraf godt 2, 8 mio. brugere i Danmark ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)), hvor Facebook er den største sociale netværksside. Alene af den grund er den interessant at beskæftige sig med den. Den internationale

litteratur er da efterhånden også omfattende, mens der endnu kun er få danske studier, der bygger eksplicit på Facebook. I denne artikel tager jeg afsæt i par af dem (Jensen, 2009; Tække, 2010a/b), først og fremmest i Tækkes argument vedrørende det grundlæggende kommunikative paradoks, at deltagelse er mulig, men ikke nødvendig og derfor mangler den "meningsgrænse", som kendetegner anden, socialt eller sagligt motiveret og afgrænset, kommunikation. Paradokset tilskrives et generelt træk ved sociale medier, der faciliterer personlige, meningsmæssigt åbne netværk frem for sagligt eller socialt motiverede og lukkede fællesskaber, men det hævdes at få en særlig markant karakter på Facebook i kraft af denne platforms omfang og relative åbenhed. Jeg forfølger dette paradoks og ser det udfoldet i tre kommunikative dilemmaer, der vedrører præmisserne for selvfremsstilling, brugen af statusopdateringen og den sociale regulering. De tre dilemmaer identificeres i kraft af en kvalitativ undersøgelse, som der gøres nærmere rede for i det følgende. Mens undersøgelsen bekræfter den usikkerhed, der udspringer af paradokset, så modsiger den Tækkes påstand om, at der ikke findes en egentlig etik i omgangen med det. Afdækningen heraf fører til en præcisering af hensyn og ansvar, der rækker ud over simpel etikette. I artiklen refereres der også til andre teser om netværkssocialitet og netværkskommunikation og især til tesen om den fatiske kommunikation (Miller, 2008). Det fatiske perspektiv valideres, men omvurderes som ramme for en indkredsning af tre typiske måder at bruge statusopdateringen på ved hjælp af genreteori (Miller & Shepherd, 2004) og Janssons (2009) tekstur-begreb.

### Netværksmedier, netværkssocialitet og netværkskommunikation

Ingen synes længere at være i tvivl om, at medierne i dag gennemtrænger samfundslivet på alle niveauer, og at specielt de sociale medier og herunder ikke mindst Facebook<sup>1</sup> har ændret ved vores sociale relationer ved at gøre det muligt at være koblet på og forbundet med hvem, vi måtte ønske, når og hvor, vi måtte ønske det. Forskere og samfundsdebattører taler ligefrem om "Facebook-effekten" (Kirkpatrick, 2010), om "Facebook-æraen" (Shih, 2009) og om, at vi alle "bliver Facebook" (Scholz, 2011). Men mens nogen heri ser såvel et demokratisk som et civilisatorisk tab og opfordrer til i højere grad at selektere og foretage strategiske brud i mediestrømmen (Zylinska, 2009),<sup>2</sup> så vægter andre de nye muligheder, de sociale medier giver for deltagelse, kreativitet og socialitet (Christakis & Fowler, 2009; Gauntlett, 2011). Shih (2009) taler fx for, at de sociale medier gør nettet levende og tilgængeligt, og at specielt Facebook i kraft af sin enkelthed "appellerer til en indre menneskelig drift efter selvudtryk, forbundethed og tilhør" (2009, s. 12, min oversættelse). Begge disse medialiseringsperspektiver (magt over vs. magt til) er væsentlige at holde sig for øje, når man beskæftiger sig med sociale medier og ikke mindst Facebook, alene i kraft af dets markedsdominans. I denne artikel fokuserer jeg dog primært på, hvad Facebook tilbyder "almindelige" danskere, og hvordan mediet indgår i en hverdagslig kontekst.

De danske medieforskere Jensen (2009) og Tække (2010a/b) beskriver de sociale medier som netværksbaserede medier, der er mere rettet mod personlige netværk end mod et

interesse- og smagsbestemt eller socialt afgrænset fællesskab. Tække (2010a, s. 130) uddyber med sociologen Luhmann, at Facebook udgør et netværk, der kan eksistere i og også give en følelse af, men ikke være et fællesskab. Med sin typiske egocentriske karakter unddrager netværket sig den funktionelle uddifferentiering, der kendetegner det moderne, og dermed den (saglige og / eller sociale) meningsgrænse, der definerer et moderne fællesskab. Det er, som Tække formulerer det, et udpræget selvmedie, men samtidig, som Jensen formulerer det, orienteret mod den sociale omverden som en slags sjette sans. I forlængelse heraf beskriver de ligeledes danske medieforskere Schiøtz & Schmidt (2010) Facebook som et medie, der tilbyder "en digital forbundethed af nye fornemmelser" for såvel én selv som ens netværk og ikke mindst ens position i netværket. Den britiske medieforsker Miller (2008) taler også om en "netværkssocialitet" og om "et forbundet tilstedevær", der ophæver tidligere kendte sociale enheder og kontekster, og som er emotionelt investeret og intenst, men samtidig flygtigt og i konstant flux. Han bestemmer i forlængelse heraf kommunikationen på Facebook som fatisk, dvs. som en signalkommunikation, hvis primære formål det er at skabe og opretholde kontakt.

Jesper Tække (2010b) identificerer det paradoks ved det netværksorganiserede medie, at det er eksklusivt defineret ved deltagernes aktivitet, men samtidig mangler den meningsgrænse, der kan regulere den. Aktiv deltagelse bliver derved socialt risikabel. Jeg tager i denne artikel udgangspunkt heri, idet jeg skal undersøge det kommunikative dilemma, det afsætter, for brugere af sociale medier med hensyn til præmissen for selvfremsstilling, anvendelse af den centrale statusopdatering og den implicite sociale regulering. Tække (2009) udstrækker paradokset til en påstand om, at Facebook ikke udgør et egentligt fællesskab, hvor der kan foregå en "selvorganisering", og at der derfor heller ikke er eller kan være nogen etik. Jeg vil adressere dette spørgsmål og dokumentere konturerne af en (ny) "moralisk økonomi" (Silverstone, 2006; Hartmann, 2009), der nok udspringer af en hverdagslig brug og i den forstand er commonsense, men som også rummer en mere principiel, etisk forholden sig (Zylinska, 2009).

Med hensyn til den af Miller bestemte netværkskommunikation, så anskuer Miller (2008) den som en fatisk kommunikation, der antager karakter af en tvungen, "hysterisk" intimitet. Heroverfor vil jeg søge en anden forståelse af det fatiske som socialt spil og desuden se nærmere på statusopdateringen som en genre, der både understøtter og udvider det fatiske. I argumentationen inddrages dels den tyske sociolog Simmel (2010 [1917])) og hans begreb den "rene" socialitet, der er en socialitet uden andet formål end sig selv, dels lingvisten Jakobson (1964 [1960])) og hans begreb om det fatiske som kommunikation, der ikke har andet formål end det at kommunikere. Hos begge er det den centrale pointe, at fraværet af en hensigt i noget uden for det sociale eller kommunikative udgør selve forudsætningen for den etiske handlen. Jeg vil også inddrage retorikerne Miller & Shephard (2004) og med dem anskue statusopdateringen som en retorisk og etno-poetisk genre, der modsvarer en specifik kulturel situation (netværkssocialitet, medieret tilstedevær) og et specifikt psykosocialt behov (at være i kontakt, at kommunikere), og som forvaltes i et dynamisk sam-

spil mellem genretaditioner, teknologier og aktuelle (grupper af) brugere (jf. nedenfor om populationen i denne undersøgelse). På den baggrund identificeres tre grundvariationer af genren, og den hypotese fremsættes, at det bl.a. er i kraft af den kontinuitet, konsistens og variation, hvormed de udnyttes, og hvorved der skabes genkendelse og tilhør, at det fatiske bliver meningsfuldt for deltagerne.

### Undersøgelser, fokusgrupper og profiler<sup>3</sup>

I 2009 blev der i regi af forskningsprojektet "Offentlighedens nye grænseflader" (2008-2011) gennemført et survey over danskernes brug af internettet, herunder sociale medier som Facebook (N=1710). Af surveyet fremgik det, at ca. 57 % brugte eller havde brugt sociale medier. Inden for aldersgruppen 20-24 år drejede det sig om hele 90 %, mens tallet faldt til under 50 % for de mere end 55-årige. Hele 52 % havde deres erfaringer med sociale medier fra Facebook. Disse tal svarer nogenlunde til det, som andre undersøgelser af danskeres brug af sociale medier og Facebook har vist, herunder firmaet Facebooks egne.

Blandt de respondenter, der brugte eller havde brugt Facebook (N=970), blev der rekrutteret deltagere til fire fokusgruppemøder (N=20). De blev afholdt i foråret 2010 i henholdsvis København (Gr. 1, N=9), Århus (Gr. 2, N=5) og Odense (Gr. 3, N=3, Gr. 4, N=3). De 20 deltagere kan alene på grund af det lille antal ikke siges at være repræsentative, men de er udvalgt, så de har en tilstræbt alders- og kønsmæssig spredning (10 kvinder og 10 mænd i alderen 23-74) og en spredning på socialgrupper (i og uden for beskæftigelse, u/faglærte såvel som akademikere).<sup>4</sup> Efterfølgende (2010-2011) har projektet haft adgang til de Facebook-profiler, der stadig var/er aktive – bortset fra én, hvis indehaver ikke har ønsket at fravige sin principielle privatheds-politik (N=16).

Profilerne er blevet analyseret med henblik på at identificere overordnede mønstre i aktiviteten. Heraf fremgår, at ca. 1/3 af brugerne er stabile, bredspektrede brugere, de har over 100 "venner" og bruger mediet ofte og bredt, herunder bidrager med eget materiale (tekst, billeder eller lyd) på egen og andres "væg". En anden 1/3 er mere tilfældige, "afslappede" brugere, de har typisk mellem 50 og 100 "venner" og bruger mediet sporadisk og snævert, idet de sjældent bidrager med eget materiale, men gerne "følger" eller "synes om" forskellige "sider", oprettet af grupper, institutioner eller virksomheder. Den sidste 1/3 er kun sjældne besøgende, de har mindre end 50 "venner", og de bruger kun mediet sjældent og da smalt i den forstand, at de fortrinsvis bruger det til at følge med i "venners" aktivitet via "nyhedslisten", og da også betegner sig selv som "kiggere". En enkelt bruger anvender næsten udelukkende sin profil som afsæt for at deltage i diverse spil, der er tilgængelige via Facebook.

Disse tal svarer i store træk til andre vurderinger af den faktiske brug af sociale medier som Facebook, der tilsiger, at helt ned til 10-20 % er stabile, bredspektrede brugere, – dvs. typisk dem, der følger umiddelbart efter de såkaldte "first movers" eller superbrugere (Baym, 2010). Den fundne fordeling svarer også til vurderingen i en kommerciel undersøgelse i feltet

(Dwarf, 2010) bortset fra, at det generelle volumen her estimeres til at ligge højere for alle grupper, og at man her også opererer med en gruppe af superbrugere. Andre har forsøgt på et lignende grundlag at opstille egentlige brugertypologier (Hargiatti & Hsieh, 2011). Sådanne typologier er dog problematiske. Ser man på brug og brugere over tid som i dette tilfælde gennem mere end et år, opdager man, at der er variationer og også kan opstå mere radikale skift. Samtidig er der nogle, der bryder kategorierne ved fx at have mange "venner" og hyppig aktivitet, men kun sjældent anvende den centrale funktion, som statusopdateringen på egen "væg" er. Dette gør sig fx gældende for flere af de yngre deltagere i undersøgelsen (i 20'erne), der trods det, at de generelt set har en høj og bred aktivitet på deres profil, sjældent selv anvender statusopdateringen. Jeg skal i det følgende frem for at tale om brugertyper, tale om typer af brug som foreslået af Bakardjieva (2006) og Sørensen (2010).

Fokusgruppeinterviewene blev tilrettelagt på grundlag af hypotesen om netværksmediets kommunikative paradoks. Med det afsæt blev der udformet en række spørgsmål, organiseret i tre blokke, der refererer til henholdsvis opfattelse, anvendelse og investering: 1) Deltagernes forståelse af, hvad Facebook er for et medie, og hvad det kan bruges til; hvordan de har opbygget deres netværk ("venneliste"), og hvilken adgang de giver til hvem ("privacy"). 2) Hvad de selv bidrager med hvor, og hvordan de bruger statusopdateringen. 3) Hvordan de anvender mediet i øvrigt, og hvilken moralsk kodeks de måtte iagttage eller ønske at håndhæve. Disse spørgsmål har efterfølgende organiseret en indholdsanalyse, der førte frem til identificering af de tre indledningsvist introducerede dilemmaer, som nærmere bestemt vedrører 1) selvfremsstillingens kontingens 2) statusopdateringens karakter af small talk og 3) og forholdet mellem autenticitet og den implicite sociale regulering. I fremsstillingen heraf kommenterer jeg løbende på interviewprocessen og den faktiske aktivitet på profilerne, hvor det findes relevant, dvs. imødegår eller rammesætter det sagte i kraft af væsentlige forskelle og uoverensstemmelser eller omvendt en bemærkelsesværdig konsensus (Halkiær, 2008). I forbindelse med dilemma to fremsættes en tentativ genrebestemmelse af statusopdateringen, og i forbindelse med dilemma tre indkredses en række socialt sanktionerede og stiliserede måder at ytre sig og fremtræde på. I begge tilfælde inddrages profilerne mere eksplicit i analysen.

## Selvfremsstillingsdilemmaet

Tække (2009, 2010) identificerer det grundlæggende paradoks ved deltagelse på sociale medier, ikke mindst Facebook, som udspringer af manglen på en meningsgrænse, og som gør deltagelse kontingent. På den ene side er sociale medier som Facebook eksklusivt defineret ved deltagerens vilje til at deltage gennem selvfremsstilling og kommunikation. På den anden side er deltagelsen forbundet med en stor udsathed og dermed usikkerhed, da der ikke er noget uden for kommunikationen, der regulerer den. Dette er netværkets styrke og dets svaghed. Paradokset implicerer ifølge Tække en række spørgsmål: til ophavsretigheder, muligheder for at regulere adgangen til ens personlige "profil" og justere ens per-

sonlige netværk ("vennelisten") m.m. Alle sammen spørgsmål, der har været adresseret i en række fortrinsvis udenlandske undersøgelser (Boyd, 2008; Boyd & Ellison, 2008; Ellison, Lampe & Steinfeld, 2007, 2008 m.fl.). Jeg skal nedenfor på baggrund af fokusgrupperviewene forfølge det af Tække identificerede paradoks og brede det ud i de tre kommunikative dilemmaer og herigennem imødegå Tækkes konklusion: at der ikke eksisterer og ikke kan eksistere en etik på Facebook. I diskussionen heraf inddrages den relevante litteratur vedrørende de centrale spørgsmål om venskabs- og privathedspolitikken.

Det centrale paradoks viste sig allerede i forbindelse med de indledende spørgsmål om, hvad Facebook er for et medie, og hvad det kan bruges til. Adspurgt herom svarede deltagerne fx, at "det er bare en helt åben og frit tilgængelig platform, som du selv kan definere med hensyn til, hvad du vil bruge den til" (mand, 43 år, gruppe 1). De var i alle grupper enige om, at det er et medie, der "tilbyder meget til mange", og enhver kan bruge "som det passer ham/hende". Det er "for sjov" lige så meget som "for alvor", og det er derfor også "ligeså vigtigt eller uvigtigt, som du gør det til", som den ovenfor citerede informant uddybede. Eller som det blev formuleret som motivation for deltagelse: "... bare for at vide at du faktisk kan komme i kontakt, hvis du pludselig skulle have brug for det" (kvinde, 23 år, gruppe 2), eller "... for at være i stand til at kommunikere, hvis noget sker" (kvinde, 25 år, gruppe 1), eller "... det er på en måde selve muligheden for kontakt, der fascinerer mig" (mand, 34 år, gruppe 4). Samtidig tilkendegav de selvsamme deltagere, at de ofte logger sig på uden at tage kontakt eller meddele sig, men bare "for at snage på de andres profiler", som det humoristisk blev formuleret (kvinde, 25 år, gruppe 1).

Der udspandt sig i forlængelse heraf i alle grupper en diskussion af, hvordan mediets funktionelle åbenhed udgør en kontingens og dermed en usikkerhed med hensyn til både grundlaget for og karakteren af deltagelse: Man ved simpelthen ikke, om man får nogen respons eller hvilken type af respons, man kan forvente. Dilemmaet kræver tillid for at blive dynamisk og opløses, og det så meget mere, som at de spilleregler, der gælder for anden social interaktion, herunder også andre former for medieret kommunikation såsom telefoni og e-mail (turtagning, sekvensopdeling, parvis ordning af spørgsmål og svar o.l.), ifølge fokusgruppedeltagerne er suspenderet. Når man fx laver en statusopdatering, "så gør man det for sin egen skyld" (kvinde, 23 år, gruppe 2) og ikke, fordi man forventer en bestemt respons fra bestemte andre – med mindre man sender private "beskeder" og altså bruger Facebook som en form for e-mail. Man kan imidlertid søge at mindske de sociale risici og understøtte tilliden gennem de såkaldte privathedsindstillinger og gennem opbygningen af sit netværk, den såkaldte "venneliste".<sup>5</sup>

Mht. en sådan privathedspolitik pegede fokusgruppedeltagerne på, at de i stigende grad er blevet optaget af at regulere adgangen til deres profil, og flere henviste til de senere års sager herhjemme i forbindelse med politikere og andre kendte personers uheldige brug af åbne profiler. Alle på nær én fokusgruppedeltager havde angiveligt kun adgang for "venner" til selve profilen, og de fleste angav også at have begrænset adgangen til de biografiske baggrundsdata, der angives i tilknytning til profilen, til samme kreds af "venner". En holdning, der

kun delvist blev bekræftet i praksis, idet der faktisk er adgang til de biografiske oplysninger i en række tilfælde. En enkelt (mand, 43 år, gruppe 1) havde og har dog så streng en privathedspolitik, at hans profil end ikke kan identificeres af brugere uden for hans eget netværk.

Som Tække (2010a) peger på, synes der generelt at være en stigende opmærksomhed på privathedsspørgsmålet på sociale medier, selvom litteraturen hidtil har peget på store problemer hermed. Især har der været peget på unges og især helt unge kvinders reelt grænseløse ageren på sociale medier, især hvad angår billedmateriale (Larsen, 2009; Livingstone, 2008), men også fx intime erklæringer. I modsætning hertil, så var ikke mindst de yngre kvinder (her dog i 20'erne og altså ikke teenagere) fortalere for en stram praksis mht. at lægge billeder ud af sig selv eller acceptere, at andre gør det og måske "tagger" billedet (angiver navnet), hvorved det eksponeres for en bredere kreds af både egne og "venners venner".<sup>6</sup> Overraskende viste en gruppe af mænd i 30-50'erne sig at have en langt mere afslappet holdning til såvel billedmateriale som intim kommunikation, idet de havde en række private albums tilgængelige for hele kredsen af "venner" (fra familieferier mv.) og også var de eneste, der bød ind med meget intime erklæringer over for børn og/eller partnere på egen eller de berørtes "væg".

Derimod, hvilket kan undre på baggrund af den generelle opmærksomhed på privat/offentlig problematikken, var der angiveligt kun ganske få, der havde sat sig ind i og benyttede sig af muligheden for at opdele "vennerne" i undergrupper med henblik på at selektere i, hvilken information der tilgår hvem. Igen var den samme deltager som før (mand, 43 år, gruppe 1) undtagelsen. På anmodning accepterede han fx projektet som "ven", men han lukkede samtidig for denne "vens" adgang til sin væg. Ellers var det den generelle indstilling, at man ikke diskriminerer blandt "venner", så hellere stramme i sine optagelseskriterier. Flere angav som en konsekvens heraf at have rensset ud i kredsen af "venner" og også at have afvist anmodninger om "venskab" fra mennesker, de ikke selv har mødt eller kun kender sporadisk. De var også inde på, at det i dag ikke bare er et mål at få så mange venner som muligt, men snarere at bygge en kreds af "venner" op, som man kan have tillid til (Ellison, Lampe & Steinfeld, 2008; Jensen & Sørensen, 2010). Flere pegede dog også på, at afkaldet på at differentiere og selektere nok så meget er bestemt af en mangel på indsigt i de efterhånden komplicerede tekniske muligheder som af en principiel og etisk stillingtagen til dette spørgsmål, hvilket igen må formodes at hænge sammen med, at der ingen superbrugere er blandt fokusgruppedeltagerne, og at det helt unge segment (i 20'erne) i kraft af den lille samlede population er fåtallig.<sup>7</sup>

Mht. opbygningen af "vennelisten" bekræftede fokusgrupperne i store træk, hvad andre forskere i sociale medier og Facebook har påvist, dog med væsentlige nuancer. Fokusgrupperne viste, at brugere bygger deres "vennelister" op af en kombination af henholdsvis stærke, svage og latente bånd (fra nære venner til fjerne bekendte). De bekræftede også, at listerne generelt set er sammensat af forskellige sociale cirkler af henholdsvis mere privat (familie) og mere offentlig (kolleger, foreningsmedlemmer o.l.) karakter (Haythornthwite, 2005; Ellison, Lampe & Steinfeld, 2007; Gilbert & Karahalios, 2009). Og endelig bekræft-

ede de, at der derved opstår en situation af det, forskere har kaldt "social divergens" (Boyd, 2008) eller ligefrem "social turbulens" (Stutzman & Kramer-Duffield, 2010). Dette gjaldt dog i højere grad de yngre deltagere end de ældre, hvoraf flere har defineret et mere snævert formål med deres brug af Facebook og dermed også en snævrere gruppe af "venner", fx til fritids- eller familieformål og -grupper. En af de yngre deltagere tilkendegav således, at hun er nødt til at være på Facebook for at følge med i aktuelle begivenheder, fester etc. i og omkring den bredere kreds af venner og bekendte, eller bare mht. hvad der foregår i byen, mens en af de ældre tilkendegav at være presset til at være på Facebook for at holde sig orienteret om familieaftaler og -begivenheder. Blandt fokusgruppedeltagere var der trods eksistensen og karakteren af sådanne mere konkrete formål og snævrere "vennelister" enighed om, at begrebet "ven" på Facebook mere er en neutral betegnelse for de forskellige typer af sociale forbindelser, der kan indgå i ens liste, fra familie og nære venner til kolleger og bekendte fra fritidsliv mv., end en kvalitativ bestemmelse heraf.

På ovenstående baggrund og på baggrund af den usikkerhed, der hersker mht. Facebooks ophavsret, og hvad den bruges til (Boyd, 2008), var det den generelle holdning, at man må forholde sig til mediet som et netværk, hvis grænser man reelt ikke kender, og til "vennerne" som det, der også er blevet kaldt for en "netværksoffentlighed" (Boyd, 2011). "I virkeligheden der sidder man jo i et glashus med mikrofon på", som en af fokusgruppedeltagere sagde (mand, 50 år, gruppe 1). I alle fokusgrupper var der derfor også konsensus omkring den grundregel ikke at gøre eller sige noget på egen eller andres profil, som man ikke ville gøre eller sige i fuld offentlighed, og at indtage en principielt fornuftig-forsigtig adfærd – uden dog at lade sig begrænse så meget, så det udgør en trussel mod den kommunikation, som udgør mediets berettigelse og tiltrækning. Af samme grund billigede de fleste samtidig, at den eksplicite etikette som på andre fora på nettet begrænser sig til en regulering af uønsket adfærd såsom at overinformere ("spam"), forulempe ("flame") eller på anden måde støde, hvad der må formodes at være almindeligt accepterede normer i offentlige sammenhænge (seksuelle, religiøse etc.).

Det er altså selve muligheden for kommunikation, der er mediets særlige tilbud eller værdi i fokusgruppedeltagernes øjne. Det er selve muligheden for at kunne meddele sig til og holde sig orienteret om kredsen af "venner", når og hvor man har tid og lyst, der opvejer de mulige negative konsekvenser, som man (med rette eller ej) ser sig i stand til at tage højde for. Fordelene anses simpelthen for at opveje ulemperne. Samtidig understreges aspekter af tillid og ansvar, ligesom der peges på, at de er begrundet i en række sociale mekanismer, der nok er bestemt af en egeninteresse, men også udspringer af en social forpligtethed, og at det ene glider over i det andet. Det drejer sig fx om ikke at gide besøge en profil, hvor der ingen aktivitet er, eller aktiviteten forekommer socialt uacceptabel eller at "af-venne" venner, hvis måde at bidrage eller respondere på forekommer anstødelig – eller lukke af for deres opdateringer, hvis de forekommer at overinformere, hvilket jeg skal vende tilbage til sidst i artiklen. Men det drejer sig fx også om at skelne mellem en mere legitim og en mere illegitim måde at "følge" sine "venner" på, idet det første kræver, at man af og til tilkendegiver sit



tilstedevær, fx ved at bruge funktionen "synes om", mens det sidste betegner et permanent, skjult tilstedevær på (bestemte) andre profiler, mens man selv undgår ikke bare at bidrage, men også at sætte sig spor. Fokusgruppeinterviewene peger dermed på, at der faktisk eksisterer en netværksetik, i hvert fald på den indre, "private" del af Facebook, som de personlige profiler udgør, hvilket jeg skal uddybe i det følgende. Flere forskere har været inde på dette, men da forstået som en negativ etik i form af "participatory surveillance" (Albrechtslund, 2008) og et socialt "omnopticon" (Jensen, 2009).

### Statusopdateringen, det fatiske og small talk

Den anden variant af grunddilemmaet vedrører brugen af den centrale funktion, som statusopdateringen er. Dilemmaet ligger i umiddelbar forlængelse af den kontingens, der er forbundet med brug af mediet i det hele taget, men vedrører den sammenkædning af statusopdateringen med det fatiske, dvs. basalt set et kontaktsignal, og af det fatiske med small talk, som fokusgruppedeltagerne foretog, helt i overensstemmelse med en række forskere i sociale medier i almindelighed og Facebook i særdeleshed (Vetere, Howard & Gobbs, 2005; Miller, 2008; Nielsen, 2011). Der opstår derved det dilemma, at statusopdateringen på én gang er det centrale omdrejningspunkt for kommunikationen og samtidig synes trivial og dermed overflødig: "Jeg anser det mest som pass time og small talk" (mand, 53 år, gruppe 2). Begrebet fatisk kommunikation er oprindeligt introduceret af antropologen Malinowski og sat på begreb af lingvisten Jakobson (1960/1964). Det udgør en kommunikativ funktion, hvis primære formål det, ifølge Jakobson, er at etablere og opretholde kontakten. Det er derved også en funktion, der knytter sig til bestemte kommunikative ytringer, herunder indledende spørgsmål og svar vedrørende de samtalendes aktuelle "status": hvad sker/er sket siden sidst etc. Også for Jakobson er der et sammenfald mellem det fatiske og small talk, men da som udtryk for en social velvilje og kompetence og dermed som væsentlig for såvel form som indhold i kommunikationen. Men hvad er statusopdateringen egentlig for en genre, og hvordan praktiseres den af deltagerne på profilerne?

På ovenstående baggrund vil jeg hævde, at det er muligt at se statusopdateringen som en genre, der udspringer af eller er rammesat af den fatiske funktion, men samtidig afsøger og udvider den i forhold til den nye kommunikative kontekst, som de sociale medier udgør. Her tilkendegiver man, hvor man selv står,<sup>8</sup> og ens "venner" kan kommentere, ligesom man selv kan følge deres tilsvarende tilkendegivelser via "nyhedslisten" og kommentere herpå. Som statusopdatering på Facebook møder genren, sådan som Herring et. al. (2005) har vist det for (we)bloggens vedkommende, andre genretraditioner fra en række andre medier, mundtlige som skriftlige, trykte som elektroniske, analoge som digitale. Miller & Shephard (2004) hævder, at en genre opstår som en slags remix af tidligere traditioner og teknologier, der samtidig udgør et specifikt svar på sin tids særlige kulturelle omstændigheder (kairos), kommunikative udfordringer (exigence) og teknologiske muligheder. Lüders, Prøitz & Rasmussen (2010) ser i lighed hermed genren som en mediator mellem medie og (mul-

timodal) tekst, der ved at tilbyde genkendelige og fleksible formater afhjælper kontingens og fremmer kommunikationen. Nogle af de traditioner, der indgår i "statusopdateringen", der også er blevet kaldt "micro-blogging", er de samme som for (we)bloggens vedkommende og vedrører de mange variationer, skriftlige som mundtlige, religiøse som sekulære etc., af selvbekendelse og selvfremsstilling (Sørensen, 2006, 2008). Men netop mikroformatet (tidligere begrænset til 500 tegn) udgør her en særlig form, som kendes fra de første kortformsmeddelelser (short-form messaging) på de såkaldte Bulletin Board Systems (BBS), Internet Relay Chats (IRC) og Instant Messaging (IM), der oprindeligt havde til hensigt at tilkænde give tilstedeværelse og evt. præcisere de deiktiske forhold (tid, sted, tilstand), der ikke er givet i digital kommunikation på samme måde som i fysisk eller analog kommunikation (Grove, 2008). Den særlige drivkraft i disse kortformer i dag er den hurtighed, tæthed og rækkevidde, hvormed de opdateres. Der opstår herved en følelse af at være i kontakt og være til stede (eller simpelthen i live) bare i kraft af det at være koblet på den vitale strøm af (fatisk) kommunikation i ens netværk. Hvor fx Miller (2008) peger på, at selvfremsstillingen hermed truer med at blive ikke bare hektisk og overfladisk, men hysterisk intim, vil jeg hævde, at der også opstår sofistikerede krav til kontinuitet, konsistens og variation i genrebrugen og derigennem et sæt af subgenrer, der danner afsæt for genkendelse og tilhør, men også et socialt spil.

På de 16 profiler er der tre typiske måder at udfylde statusopdateringen på, som samtlige bidrag på profilerne kan kategoriseres i forhold til (og hvoraf den ene igen har to typiske variationer).<sup>9</sup> De kan alle ses i et fatisk perspektiv, men refererer hver især samtidig til de øvrige sprogfunktioner hos Jakobson (især den referentielle, emotive og konative, men også den poetiske og metasproglige). De tre typer består af variationer over følgende grundelementer: en meddelelse, der kan være bagud- eller fremadrettet (det referentielle), en jeg-melding (det emotive) og en du-henvendelse (det konative). Den første vedrører da en angivelse af tid, sted og omstændigheder (i forhold til noget, der lige er sket, eller noget, der skal til at ske); den anden en dertil knyttet oplevelse, følelse eller fornemmelse, og den tredje en henvendelse til adressaten:

*Meddelelse* (hvad sker) + evt. jeg-melding (hvad føler/tænker jeg) (1a: hvad skal ske; 1b: hvad er sket)

*Jeg-melding* (hvordan oplever jeg det, der sker) + evt. efterfølgende meddelelse (hvad sker der faktisk)

*Forespørgsel* til et *du/I* + evt. meddelelse og/eller jeg-melding

I følgende skærmprents fra én af profilerne er de alle tre repræsenteret (med de to forskellige typer af 1) på én gang og da i følgende rækkefølge: jeg-melding (2), meddelelse: "hvad er lige sket" (1b), meddelelse: "hvad skal ske lige om lidt" (1a), henvendelse til adressat (3):



The screenshot displays a Facebook profile with three status updates. Each update includes a profile picture, a text post, and a list of comments. The first update is from October 23, 2010, at 22:43, with 11 comments. The second update is from October 18, 2010, at 19:37. The third update is from October 12, 2010, at 21:53, with 10 comments. Below the status updates is a section titled 'SENESTE AKTIVITET' (Recent Activity) showing two recent actions: adding a friend and liking a post.

**Status 1:**  
Er fornøjet ;o)  
Synes godt om · Tilføj kommentar · 23. oktober 2010 kl. 22:43 ·

**Comments:**  
Vis alle 11 kommentarer  
[Redacted] bw da, helt sikkert ;o)  
24. oktober 2010 kl. 20:59 · Synes godt om · 1 person  
[Redacted] en Dejligt at høre at du bare generelt er glad og fornøjet:-) ja hvis som mænd ikke bliver fornøjet over [Redacted] er man vist ikke en rigtig mand;-) hi hi  
25. oktober 2010 kl. 08:32 · Synes godt om

**Status 2:**  
Slapper af efter en hård, men også dejlig, tur til Schweiz :o) En rigtig god oplevelse med hyggeligt selskab... Og fik fløjet igen efter 14 års standby - fedt nok !  
Synes godt om · Tilføj kommentar · 18. oktober 2010 kl. 19:37 ·

**Status 3:**  
Så står den snart på en tur til Schweiz... :o)  
Synes godt om · Tilføj kommentar · 12. oktober 2010 kl. 21:53 ·

**Activity:**  
2 personer synes godt om dette.  
Vis alle 10 kommentarer  
[Redacted] Mange tak og i lige måde :)  
15. oktober 2010 kl. 16:42 · Synes godt om  
[Redacted] en Mange tak:-)  
16. oktober 2010 kl. 08:25 · Synes godt om

SENESTE AKTIVITET  
 [Redacted] er nu venner. · Synes godt om · Tilføj kommentar · Tilføj ven  
 [Redacted]. · Synes godt om · Tilføj kommentar · Tilføj ven

Figur 1. Skærmpoint af statusopdateringer (mand, 34 år)

Mens denne profil er meget tekstbaseret, er andre mere visuelt orienteret, idet der lægges egne fotos ud eller linkes til andres. Nedenfor følger et eksempel på, hvordan type 1 kan tage sig ud i visuel form. Meddelelsen i den første post vedrører et generaliseret her-og-nu, nemlig et indblik i den aktuelle situation på "gården", og den anden en helt aktuell begivenhed, der samtidig refererer til denne gennemgående kontekst, nemlig et råkids fødsel:



**Dyrene**

Synes godt om · Tilføj kommentar · Del · 1. juni 2010 kl. 16:38 · 🌐

👍 [redacted] synes godt om dette.

[redacted] Nææææ sikke dog en fin hvid hest min kære nabo har.... hun er heldig det er en LIPIZZANER, joint the club  
20. september 2009 kl. 16:50 · Synes godt om

[redacted] ja, vi er oz blevet rigtig glade for hende:-)  
21. september 2009 kl. 22:58 · Synes godt om

[redacted] Disse billeder af søde, seje ~~Coor~~ og hestene.  
8. juni 2010 kl. 18:56 · Synes ikke godt om længere · 👍 1 person

Skriv en kommentar...

---

[redacted] tilføjede et nyt billede.

**Vægbilleder**



Synes godt om · Tilføj kommentar · Del · 1. juni 2010 kl. 16:33 · 🌐

👍 [redacted] synes godt om dette.

Figur 2. Skærmpoint af statusopdateringer (kvinde, 42 år)

En tredje type, der er genkommende i statusopdateringerne, er et link til steder, begivenheder og ressourcer, der siger noget om afsenderens aktuelle lokalisering eller orientering. Det sker ofte i en generaliseret eller historisk nutid eller nutidsfremtid som i det følgende tilfælde: "Så er det snart JUL og masser af sne :-)" (med link til: H.C. Andersen Julemarked. [www.visitodense.com](http://www.visitodense.com). Den officielle hjemmeside for H.C. Andersen Julemarkedet i Odense City – jul som på H.C. Andersens tid). Men typen kan også fremtræde helt rent som i følgende tilfælde, hvorved en deltager giver adgang til sit private musikarkiv: "Så er der WIMP" (med link til: Wimp Playlist [...] [getwimp.dk](http://getwimp.dk)).

Andre variationer af de tre grundtyper fremkommer, når der leges med sproget enten i form af en kreativ leg med kortformen (den poetiske funktion), eller en meta-kommentar, fx til det at kæmpe med at skrive en passende eller interessant statusopdatering (den metasproglige funktion). Noget, der blev efterspurgt i interviewene og værdsat af deltagerne: "Det er den sjove ting, den sjove måde, jeg mener den måde, den er skrevet på" (kvinde, 44 år, gruppe 3) eller: "det må være billeder, der har en kant" (mand, 70 år, gruppe 3).

Statusopdateringen kan i sådanne tilfælde bidrage til, hvad blandt andre Lundby (2009) med reference til sociologen Simmel har kaldt socia(bi)litet, dvs. en social leg eller et socialt spil, og small talk-dilemmaet opløses da som "smart" small talk. Smart small talk kan bestå i at skabe nysgerrighed ved at antyde, omskrive eller mime, som det sker i følgende statusopdatering: "Båp, båp, båp .....", eller det kan være en parodi på den socialt kiksede form for small talk, som det er tilfældet i følgende statusopdatering: "Hmmmm ... hvad mon jeg skal have til aftensmad på lørdag". Eller det kan være en særlig dygtig måde at udnytte den multimodale platform på som i ovennævnte statusopdatering, hvormed der simpelthen skabes adgang til den pågældendes musikarkiv.

Andre måder at imødegå dilemmaet på er imidlertid at opbygge en særlig stil eller identitet over tid gennem den måde, hvorpå man skaber kontinuitet, konsistens og variation i omgangen med genren og dermed skaber tilhør. Ifølge medieforskeren Jansson (2009) er udfordringen i digital kommunikation at skabe en generisk kommunikationsform, hvor deiktiske forhold performes gennem det, han kalder for talens "tekstur", og som er et begreb, han har fra sociologen Lefebvre. Udtrykket dækker muligheden for gennem ord, lyd og/eller billede at videregive en fornemmelse af tid, rum og social kontekst. Det, som Jansson også kalder for indeksisk frem for symbolsk kommunikation, idet den har en nærhed til, rummer et spor af, gestalter eller som i ovenstående tilfælde med musiklisten giver adgang til sin genstand. Men det dækker også i videre forstand muligheden for at gestalte en unik tids- og rumlighed, et digitalt nærvær, der kan skabe anknytning og tilhør hos de deltagende på andre/nye måder. Jansson taler om, at sådanne teksturer kan løbe i forskellige spor, ruter og mønstre eller forskellige "talegenrer", der er af både materiel og immateriel, æstetisk og etisk karakter, idet de på én og samme tid udgør et tænke-, føle-/sans- og handlesæt (Sørensen, 2009 a/b, 2010). Janssons begreb om teksturer kan derved ses som det, der forbinder det multimodale genrebegreb med Bakardjivas (2009) begreb brugsgenrer. Det kan da bruges til at begrebs sætte, hvordan small talk-paradokset bliver dynamisk, idet teksturer kan være

det, der forlener den for den udenforstående eller nytilkomne tomme snik-snak med et for den indviede genuint nærvær. Sådanne teksturer kan udgøres af genkommende temaer og måder at meddele sig om dem på (eller det markante brud hermed), som forlener en profil med en særlig rytme og stemning: I de ovennævnte, gennem skærmpoints dokumenterede, profiler fx vekselvirkningen mellem arbejdet, samværet med kæresten og hobbyen golf eller livet med dyrene på gården.

## Performativitet og social (de)regulering

Den tredje variation af det grundlæggende dilemma handler om den tilsyneladende sociale de-regulering, der også synes at bekræfte Tækkens (2009, 2010) analyse. Der var i fokusgrupperne nemlig enighed om, at en del af friheden ved deltagelse på Facebook er, at den ikke er bundet af de sociale spilleregler, vi kender fra andre kontekster, og at der heller ikke findes en genrekonvention for statusopdateringen. Men samtidig udspillede der sig i samtlige fokusgrupper en heftig diskussion af, hvad der *helst* tales om og hvordan, såvel som om hvad der helst *ikke* tales om og i hvilke former, ligesom profilerne fremviser en på én gang fri og disciplineret brug af statusopdateringen. Jeg opfatter i det følgende dette som et dilemma, der kan anskues i forlængelse af retorikeren Butlers (1997, 2005) teori om performativitet som et spillerum mellem den subjektive udtryksformåen og den socialt acceptable tale. Et spillerum, der også og ikke mindst gælder den selvbekendende talehandling, hvis generiske bestemmelse det netop er at afsøge forholdet mellem selvet og den sociale omverden. Butler (1997) beskriver således i forlængelse af talehandlingsteorien fænomenerne "foretrukket" og, om ikke direkte forbudt, så dog "forhindret", dvs. tabuiseret og negativt sanktioneret tale. Selvfremstilling består, ifølge Butler (2005:114), i socialt koreograferede eller stilerede måder at ytre sig på i bestemte situationer som "a publicized mode of appearance", der samtidig stiller krav om autenticitet i udførelsen. Et krav, der er forankret i situationelle og mediesvarende kriterier, her i principper som konsistens, kontinuitet og variation – og som "afgøres" konkret i forholdet mellem den enkelte bruger og vedkommendes kreds af "venner", men samtidig refererer til den større netværkssocialitet (Sørensen, 2008, 2009a/b). Dilemmaet kan dermed også siges at forskyde sig fra et spørgsmål om regulering eller ej til et spørgsmål om autenticitet og om forholdet mellem den socialt regulerede tale og måder at give den liv på eller forsøge at forny den på.

Trods uenigheder og også indlysende selvmodsigelser i synspunkterne herskede der en forbavsende grad af konsensus i fokusgrupperne mht., at det, man ikke ønsker at høre om, det er alvorlig sygdom, død, kropslige defekter og fysiske eller psykiske (dys)funktioner. Eller rettere, så ønsker man ikke at blive konfronteret med vedvarende og detaljerede beskrivelser heraf i andres statusopdateringer. Andre eksempler på overrapportering eller upassende selvfremstilling handler om kærestesorger, seksuelle handlinger og intime kropsfunktioner og -dele, og atter andre om radikale politiske tilkendegivelser, nedsættende eller på anden måde personligt nærgående eller aggressiv omtale af tredje person, skænderier med andre

deltagende o.l. Igen så drejer det sig om den vedvarende og detaljerede insisteren (i verbal-sproglig eller audiovisuel form). Den undtagelsesvise post af en sådan karakter kan derimod vise sig at være ikke bare legitim, men en særligt interessevækkende udnyttelse af genren, var holdningen. Især blev det fremhævet, at humor og ironi kan kompensere og få en statusopdatering til at skifte tendens, men også at humor og ironi er meget subjektive kommunikative virkemidler, ikke mindst i digital kommunikation, hvorfor de skal bruges både varsomt og sparsomt.

I det hele taget nåede flere af fokusgrupperne frem til det resultat, at netop på grund af dels fraværet af fysisk kontakt, dels fraværet af forbud og forskrifter, så er de måske strammere end i andre fora og sammenhænge:

... jeg forsøger på og holde omgangstonen [...] at holde det i et fornuftigt og sobert sprog (... ) netop på grund af at man ikke har den der ansigt-til-ansigt, hvor man kan aflæse personerne ...

(Mand, 43 år, gruppe 4).

Mens der i spørgsmålet om small talk var tale om en vis diskrepans mellem det, deltagerne i fokusgrupperne sagde, og det, de gjorde, så var der tale om en høj grad af overensstemmelse mellem det, de havde at sige om den sociale regulering, og den faktisk adfærd på profilerne. Det viste sig sværere for fokusgruppeditagere at beskrive den hensigtsmæssige, passende eller måske ligefrem særligt kompetente brug af statusopdateringen ud over den basale grundregel kun at sige eller gøre, hvad du ønsker at få igen. Nogle eksempler kom dog frem. De gode eksempler var *ikke* de alt for iøjnefaldende historier om "det gode liv", men derimod de prægnante hverdagsagttagelser, det skæve blik på det ellers trivielle og banale, glimt af ekstraordinære oplevelser eller begavede kommentarer til aktuelle begivenheder. I og for sig det, som Jansson (2006) i forlængelse af Lefebvre ser som eksempler på en hverdagslivets diskurs, der i glimt kan fortættes, så den kommer til at rumme en særlig indsigt eller perception, der bringer de deltagende ud af hverdagslivets trummerum og ind i en særlig intens form for socialitet. Eller som Simmel (2010 [1917]) ser som udtryk for en ren, dvs. "des-interesseret" socialitet, hvor alle bestræber sig på at holde de empiriske, private interesser udenfor eller give dem en almen form, der kan have interesse for alle deltagende. Man kan med Simmel sige, at den negative afgrænsning over den upassende tale, hvilket han også kalder "takt", udgør mulighedsbetingelserne for den passende tale og dermed også for det sociale spil, som han kalder "geselligkeit" (2010 [1917]), og som Lundby kalder socia(bi)litet eller sociering (2009), og som fokusgruppeditagere var enige om kun opstår glimtvis. Simmel bestemmer en sådan sociering som en situation, hvor den enkeltes fornøjelse maksimeres med de givne deltagere og vice versa.

Det er klart, at genrens såvel som hele mediets sociale indlejring er dynamisk. Der vil opstå forskellige kodificeringer i forskellige cirkler, ligesom de vil kunne ændre sig over tid også hos den enkelte i kraft af særlige oplevelser og påvirkninger. Hvad der på ét tidspunkt og i én cirkel er en optimal performance, vil kunne falde igennem i en anden. Fra fokusgrup-

perne er der da også flere eksempler på såvel uenighed som på, at deltagere har ændret synspunkt og adfærd, og et af de markante eksempler herpå vedrører sygdomstemaet. Én af de fokusgruppedeltagere, der under interviewene udtalte sig mest bastant pga. erfaringer med en "ven", der over en længere periode opdaterede om sin mands kræftsygdom, død og begravelse og efterfølgende sit eget sorgarbejde – fik efterfølgende selv en kræftdiagnose (kvinde, 44 år, gruppe 3). Hun bragte da nogle få statusopdateringer i den meget stramme form, hun selv havde efterlyst, men fik alligevel negative reaktioner fra kredsen af "venner". Det har efterfølgende fået hende til at ændre holdning til hele spørgsmålet om, hvad der kan siges og ikke siges, hvilket hun har fortalt om i en e-mail. Hendes holdning er nu, at hvis Facebook skal have nogen social relevans, så må der også være en rummelighed over for hverdagslivets reelle udfordringer.

Nogle af de temaer og former, der var mest uenighed om, var spørgsmålet om politiske tilkendegivelser og tilkendegivelse af uenighed mellem "venner", for som en af deltagerne sagde: "Nogle gange er der nogen, der bliver lidt mopset [...] men nogle gange skal man have lov at sige sin mening" (mand, 39 år, gruppe 4). I to af grupperne (gruppe 2 og 4) førte dette spørgsmål videre til en diskussion om, hvorvidt det overhovedet er legitimt at udtrykke "negative" følelser på Facebook (vrede, sorg, jalousi mv.)? Mens nogle mente, at det er det ikke, så mente andre, at et sådant synspunkt er med til at begrænse råderummet på Facebook, så der netop kun bliver politisk korrekthed og small talk tilbage. Atter andre var inde på, at det afhænger af, hvordan det udtrykkes, og at der altså findes socialt acceptable måder at udtrykke negative følelser på. Eller at man må skelne mellem den indre, mere private del af Facebook ("væggen" med opdateringer og kommentarer) og den ydre, mere offentlige del (deltagelse i "grupper" og på offentlige "sider") og mellem hvilke tilkendegivelser, der hører til hvor. Profilerne viser da også, hvordan aktivitet af faglig, social eller politisk karakter (fagforening, sociale støttegrupper, patientgrupper o.l.) og dermed forbundne holdninger eller følelser foregår gennem deltagelse i "grupper" og "sider", og kun sjældent – og da oftest på humoristisk vis – kommer til udtryk gennem statusopdateringerne. Derved er der også genetableret en distinktion mellem privat og offentligt inde fra Facebook. Ingen af deltagerne forfølger dog et egentligt politisk, fagligt eller socialt formål, hvorimod der kan identificeres nogle mønstre over tid og på tværs af de enkelte funktioner mht. en mere livsstilsbestemt interesse- og smagsdannelse, der igen synes forbundet med måden mediet bruges på, jvf. også begreberne tekstur og brugsgenre.

En af de tendenser, der træder frem i materialet, er, at de yngre (i 20'erne) bruger mediet på en anden måde end de øvrige. Det ser fx ud til, at de i mindre grad bruger statusopdateringen til at tilkendegive, hvad de tænker, gør og føler i en udvidet eller ligefrem generaliseret nutid. De lægger sig snarere lægger sig i forlængelse af den aktuelle tendens på mobile medier ved gennem opkobling til disse og en række særlige applikationer og funktionen "steder" på Facebook at videregive fysiske positioner i realtid og identificere venner og begivenheder i nærheden. Måske en ny form for smart small talk blandt by-ungdommen, der unddrager sig selvfremsstillingens autenticitetsdilemma og erstatter det af en legende og



praktisk forholder sig til ting, steder og teknologier? Det er da også typisk de unge, der har den bredeste sammensatte gruppe af "venner" omkring deres profiler og dermed de største udfordringer i forhold til at etablere præmisserne for sociabilitet.

## Konklusion

Med dette indblik i en række fokusgrupper om og profiler på Facebook har jeg set på den selvfremstilling, der foregår, især via statusopdateringen, og anskuet den som en performativ tilkendegivelse, der trods den tilsyneladende egocentriske og overfladiske karakter placerer aktiviteten som del af en etisk bevidst og forankret netværkssocialitet. Dermed har jeg også set såvel medie som genre som middel til at etablere et socialt tilstedevær på netværkssamfundets betingelser og et kollektivt ansvar herfor. Jeg har set mediet (Facebook) og genren (statusopdateringen) som et refleksionsrum, hvor nye muligheder kan opstå, men hvor der også hersker en gennemgående selvdisciplinering og social kontrol, og hvor der kan iagttages et grundlæggende paradoks. Et paradoks, der udspringer af mediets særlige karakter, der blev bestemt som kommunikation som mulighed og "det, du gør det til", hvilket bl.a. vil sige, at statusopdateringen som genre er bestemt af den fatiske funktion: at sikre og opretholde kommunikation. Der blev identificeret tre varianter af grundparadokset, der kommer til udtryk som kommunikative dilemmaer, og som vedrører selvfremstilling, small talk og den sociale regulering. Fascinationen af mediet blev til gengæld set i det, jeg her har kaldt dets tekstur – dvs. såvel de rytmer, rutiner og ofte banale scripter, der er bundet til den daglige praksis i brugen heraf, som de kreative og kompetente brud herpå, der ikke mindst er forbundet med det multimodale og interaktive. Multimodaliteten og interaktiviteten skaber et (im)materielt flow i deltagelsen, hvor det genkendelige veksler med det overraskende og skaber oplevelse og glimt af det subtile i hverdagen. Grundlæggende er en deltagelse på Facebook en af mange nye muligheder for at skabe personliggjorte og meningsfulde spor og ruter på tværs af medier og kontekster: privat-offentligt, politisk-kulturelt og dermed også på tværs af de (af sagsforhold eller sociale grupperinger) begrænsede fællesskaber. Der er i og for sig ikke noget epokegørende i dette, da statusopdateringer på Facebook jo netop er et blandt flere lignende og mulige svar på den kulturelle situation, som netværkssocialiteten udgør, og de sociale behov, der opstår heraf. Men statusopdateringer på Facebook er stadig et særligt svar, der kaster et særligt lys over sagen. For at fuldstændiggøre den, er det dog nødvendigt med langt flere empiriske undersøgelser af både den indre, personlige del af Facebook, og den ydre med dens referencer til de kendte, traditionelle fællesskaber.

## Noter

- 1 Begrebet sociale medier er omdiskuteret i forskningslitteraturen: Hvilke typer af medier omfatter det, og hvor vidt er fx en service eller platform som Facebook i sig selv et medie? Jeg skal i denne artikel bruge begrebet som en overbetegnelse for den type af medier, der også er blevet kaldt web 2.0 medier for at betegne de medieplatforme, der faciliterer brugerskabt indhold og interaktion brugere imellem. Jeg skal også omtale Facebook som et socialt medie i manglen af en mere specifik og korrekt betegnelse på dansk. For en diskussion heraf, se bl.a. Lüders, Prøitz & Rasmussen, 2010 og Lomborg, 2011.
- 2 Zylinska formulerede denne radikale etik på ACSIS-konferencen "Current Issues in European Cultural Studies", Norrköping, Sverige, 15.-17. juni 2011. Citatet er venligst sendt mig af Zylinska pr. mail: "What kind of ethics would we need to apply to thinking about the media if our principal concern was not whether Facebook (or another 'medium') was a force of good for the human, but rather if our starting point was that we are all on Facebook--no matter if we have an actual account on it or not, or even that, in the digital media environment of today, 'we are all Facebook'? This latter proposition has been put forward by Trebor Scholz, who, in his aptly titled article, "Becoming Facebook", argues that "The Web 2.0 Ideology" works through us, not at us. We are marketing our lifestyle to each other--the books we read, the restaurants we go to, the films we watch, the people we admire, the music we listen to, the news we think is important, and even the artworks that we appreciate. It is in this sense that we are not merely "on" Facebook but that we are becoming Facebook. ... We are the brand".
- 3 Der refereres i artiklen dels til et survey, der blev udformet i regi af FKK-projektet "Offentlighedens nye grænseflader" (2008-11) ved Institut for Informations- og Medievidenskab ved Aarhus Universitet (Finnemann et. al., 2012), dels til den kvalitative del (fokusgrupper og adgang til profiler), jeg har udført sammen med Jakob Linaa Jensen (Jensen & Sørensen, 2010). De øvrige projektdeltagere og specielt Jakob Linaa Jensen takkes for tilladelse til, at jeg her kan offentliggøre analyser af det materiale, vi har frembragt i fællesskab, og de anonyme deltagere i fokusgrupperne for deres tid og bidrag.
- 4 Trods den lille og delvist tilfældige population, er denne undersøgelse stadig unik i såvel dansk som international sammenhæng ved at bygge på fokusgruppedeltagere, der er rekrutteret via en undersøgelse, og adgang til deres profiler. Vanskeligheden ved at få adgang til et sådant materiale ud over via den såkaldte sneboldsmetode (informanter hentet fra eller via eget netværk) er velkendt og et tema i metodelitteraturen (Baym & Markham eds., 2009).
- 5 Ligesom vi i øvrigt kun har enkelte empiriske undersøgelser af Facebook i en dansk kontekst, fx N. C. Schiøtz & S. B. Schmidt (2010). Se dog også note 6.
- 6 Én af de afgørende svagheder i teknologien mht. at beskytte egen profil er netop billedmateriale, især taggedede billeder, der så at sige udgør en åben bagdør til ens profil ved at være tilgængelige for ikke bare egne venner, men også "venners venner".
- 7 Mens der endnu ikke findes publicerede forskningsresultater, der kan be- eller afkræfte dette billede, så har flere forskere på konferencer mv. refereret til (mindre) undersøgelser, der tyder på, at især unge IT kyndige benytter sig af disse muligheder og i stigende grad også overgår til nye platforme som Google + eller Diaspora, der tager en opdeling af netværket i forskellige cirkler som udgangspunkt for deres service, jf. Bjarki Valtyssons præsentation af paper'et "Facebook as a Digital Public Sphere – Colonization or Emancipation?" og Sander A. Schwartz' af "A Privacy Aware Social Network Site: Is the Diaspora Approach a Solution to Contextual Privacy Challenges on Social Network Sites?", begge ved NordMedia, 10.-13. august 2011, Akureyri, Island. Privathedsindstillinger og differentieret adgang er da også nogle af de centrale elementer i Facebooks egne, aktuelle initiativer.
- 8 Status kommer af latin: stare=at stå og har to grundbetydninger: en (aktuel) tilstand og en (relativ) stilling (ift. andre).

- 9 Der er endnu ikke mange, der har beskæftiget sig med statusopdateringen som genre. Lisbeth Klustrup (2010) har i et narrativt perspektiv identificeret fire typer i unges brug af statusopdateringer på Facebook: 1) den øjeblikksrapporterende, 2) den episodiske (det afsluttede), 3) den dramatiske (med indbygget suspense), 4) den forhandlingsvenlige (spørgende/henvendende). De fire typer svarer langt hen ad vejen til min genreinddeling, idet 1 og 2 svarer til min 1 a og b og 4 til min 3, mens den tredje (dramatiske) ikke er umiddelbart sammenfaldende med min 2'er.

## Litteratur

- Albrechtslund, A. (2008). Online social networking as participatory surveillance. *First Monday. Peer-reviewed Journal on The Internet* 13, 3. <http://firstmonday.org/article/view/2142/1949> (Identificeret 08.02.12).
- Bakardjieva, M. (2006). Domestication running wild. From the moral economy of the household to the mores of culture. In Berker, T. et. al. (eds.): *Domestication of Media and Technology*. Berkshire: McGraw Hill Education.
- Baym, N.K. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge, UK; Malden, Ma/USA.
- Baym, N.K., & Markham, A.N., eds. (2009). *Internet Inquiry. Conversations about method*. New York, London: Sage.
- Boyd, D. (2008). Facebook's privacy trainwreck. Exposure, invasion and social convergence. *Convergence. The International Journal of Research into New Media Technologies* 14, 1, pp. 13-20.
- Boyd, D. (2011). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Papacharassi, Z. (ed.): *A Networked Self. Identity, community, and culture on social network sites*. New York, London: Routledge.
- Boyd, D.M., & Ellison, N.B. (2008 [2007]). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, 1, pp. 210-230.
- Butler, Judith. (1997). *Excitable Speech. A politics of the performative*. New York, London: Routledge.
- Butler, J. (2005). *Giving an Account of Oneself*. New York: Fordham University Press.
- Christakis, N.A., & Fowler, J.H. (2009). *Connected. The surprising power of our social networks and how they shape our lives*. NewYork, London: Little, Brown & Company.
- DWARF A/S (2010). *Forretningen Facebook – kommercielt eller socialt medie (The Facebook enterprise: commercial or social media)*, Kbh., marts 2010. [http://www.dwarf.dk/loesninger/forretningen\\_facbook.html](http://www.dwarf.dk/loesninger/forretningen_facbook.html) (Identificeret 08.02.12).
- Ellison, N, Lampe, C., & Steinfield, S. (2007). The benefits of Facebook 'friends'. Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12, 4, pp. 1143-1168.
- Ellison, N., Lampe, C., & Steinfield, C. (2008). Changes in participation and perception of Facebook. In CSCW2008. Proceedings of the 2008 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, ed. by Begole, B., & McDonald, D.W., New York, NY, USA: ACM Digital Library, pp. 721-730.
- Finnemann, N.O. et. al. *The Media Menus of Danish Internet Users 2009*. Funded by The Danish National Research Council: Humanities. <http://changingborders.au.dk/wp-content/uploads/2012/05/The-Media-Menus-of-Danish-Internet-Users-2009.pdf> (Identificeret 08.05.12).
- Gauntlett, David. (2011). *Making is Connecting. The social meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and Web 2.0*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press.
- Gilbert, E, & Karahalios, K. (2009). Predicting tie strength with social media. In CHI 2009. *Proceedings of the 27th international conference on human factors in computing systems*, New York, NY, USA: ACM Digital Library, pp. 211-220.

## Article: Facebook – selvfremsstilling, small talk og social regulering

- Grove, Jennifer van: mashable.com/2009/04/08/status-update-history (Identificeret 08.02.12).
- Halkier, Bente. (2008 [2002]). *Fokusgrupper* (2. udg.). Kbh.: Samfundslitteratur.
- Hargittai, E., & Hsieh, Y-L. P. (2011). From dabblers to omnivores: A typology of social network site usage. In Papacharassi, Z. (ed.). *A Networked Self. Identity, community, and culture on social network sites*. New York & London: Routledge.
- Hartmann, M. (2009). Everyday: Domestication of mediatization or mediatized domestication. In Lundby, K. (ed.): *Mediatization. Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang.
- Haythornthwaite, C. (2005). "Social networks and Internet connectivity effects". *Information, Communication and Society* 8, 2, pp. 125-147.
- Herring, S.C. et. al. (2005). Weblogs as a bridging genre. *Information, Technology & People* 18, 2, pp. 142-171.
- Jakobson, R. (1964 [1960]). Closing statements. Linguistics and poetics. In Sebeok, T.A.: *Style in Language* (3. ed.). Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Jansson, A. (2009). Mobile belongings: Texturation and stratification in mediatization processes. In Lundby, K., (ed.): *Mediatization. Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang.
- Jensen, J.L. (2009). Fra onlinefællesskaber til onlinenetværk. Facebook som augmentering af den sociale virkelighed. *Mediekultur. Journal of Media and Communication Research* 47, pp. 86-99.
- Jensen, J.L., & Sørensen, A. S. (2010). Circles of Friends – strong and weak Ties and Strategies of Disclosure among Users of Social Network Sites. Paper presented at 11th Annual International and Interdisciplinary Conference of the Association of Internet Researchers (AoIR): *Internet Research 11.0 – Sustainability, Participation, Action*. Göteborg, Sverige, 21-23 Oct., 2010.
- Kirkpatrick, D. (2010). *The Facebook Effect. The Inside Story of the company that is connecting the world*. London: Random House.
- Klastrup, L. (2010). Sociale fortællinger – statusopdateringers funktion på sociale netværkssites. *Designværkstedet*, 5, 10. <http://design.emu.dk/artikler/1018-socialefortaellinger.html> (Identificeret 08.08.11).
- Larsen, M.C. (2009). Sociale netværkssider og digital ungdomskultur: Når unge praktiserer venskab på nettet. *MedieKultur. Journal of Media and Communication Research*, 47, pp. 45-65.
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenager's use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10, 3, pp. 393-411.
- Lomborg, Stine. (2011). Social media as communicative genre. *Mediekultur. Journal of Media and Communication Research* 51: pp. 55-71.
- Lundby, K. (2009). Media Logic: Looking for social interaction. In Lundby, K. (ed.): *Mediatization. Concept, changes, consequences*. New York: Peter Lang.
- Lüders, M., Prøitz, L., & Rasmussen, T. (2010). Emerging personal media genres. *New Media & Society* 12, 6, pp. 947-963.
- Miller, C., & Shephard, D. (2004). Blogging as social action: A genre analysis of the weblog. In Gurak, L. et. al. (ed.): *Into the Blogosphere. Rhetoric, community, and culture of weblogs*. Creative Commons: University of Minnesota. [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging\\_as\\_social\\_action\\_a\\_genre\\_analysis\\_of\\_the\\_weblog.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html) (Identificeret 08.02.2012).
- Miller, V. (2008). New media, networking and phatic culture. *Convergence. The International Journal of Research into New Media Technologies* 14, 4, pp. 387-400.
- Nielsen, H.J. (2011). Hey! Hva' så? :-) Fatisk funktion i sociale mediers kommunikation – med særligt henblik på bibliotekerne. In Nielsen, H.J., H. Høyrup, & H.D. Christensen (eds.): *Nye vidensmedier. Kultur, læring, kommunikation*. Kbh.: Samfundslitteratur.
- Scholz, T. (2010). *Becoming Facebook*. In Wittkower, D.E. (ed.) *Facebook and Philosophy*. Chicago and La Salle, Illinois: Open Court.

## Article: Facebook – selvfremsstilling, small talk og social regulering

- Schiøtz, N.C., & Schmidt, S.B. (2010). Digitale forbindelser og nye fornemmelser. Et etnografisk studie af Facebook. *Dansk Sociologi* 21, 3, pp. 10-26.
- Shih, C. (2009). *The Facebook Era*. Boston: Prentice Hall.
- Silverstone, R. (2006). Domesticating domestication. Reflections on the life of a concept. In Berker, T. et. al. (eds.): *Domestication of Media and Technology*. Berkshire: McGraw Hill Education.
- Simmel, G. (2010 [1917]). Die Geselligkeit. Beispiel der reinen oder formalen Soziologie. In Simmel, G.: *Grundfragen der Soziologie (Individuum und Gesellschaft)* (genoptryk fra Berlin: G.J. Göschen'sche Verlagshandlung). Kbh.: Nabu Press.
- Stutzman, F., & Kramer-Duffield, J. (2010). Friends only: Examining a privacy-enhancing behavior in Facebook. *CHI2010. Proceedings of the 28th international conference on human factors in computing systems*. New York, NY, USA: ACM Digital Library, pp. 1553-1562.
- Atlanta, Georgia, USA, April 10-15, 2010.
- Sørensen, A.S. (2008). Den intime blog: livet, selvet og teksten. In Arping, Åsa, A. Nordenstam, & K. Widegren (eds.): *Moderniteter: Text, bild, kön*. Göteborg, Stockholm: Makadam.
- Sørensen, A.S. (2010). Facebook i et hverdagslivsperspektiv. In Mai, A.-M., & A.S. Sørensen: *Interstitiel: Litteratur, Kultur og Medier*. [http://www.sdu.dk/Om\\_SDU/Institutter\\_centre/llkm/Forskning/Aktuel-Forskning/Internetskrif/Bidrag%20af/AnneScottSoerensen.aspx](http://www.sdu.dk/Om_SDU/Institutter_centre/llkm/Forskning/Aktuel-Forskning/Internetskrif/Bidrag%20af/AnneScottSoerensen.aspx) (Identificeret 08.02.12).
- Sørensen, A.S. (2006). *MARIEBERING.DK* og *annepanne.dk*. Weblog'en som performativ selvfortælling. Eriksson, B. et. al. (eds.): *Smagskulturer og formidlingsformer*. Aarhus: Klim.
- Sørensen, A.S. (2009a). Den intime blog. Selvbekendelsen som etisk talehandling. In Jerslev, A., & C.L. Christensen (eds.): *Hvor går grænsen. Brudflader i den moderne mediekultur*. Kbh.: Tiderne Skifter.
- Sørensen, A.S. (2009b). Social media and personal blogging. Textures, routes and patterns. *MedieKultur. Journal of Media and Communication Research* 47, pp. 66-78.
- Tække, J. (2010a). Facebook – et netværk i fællesskabet. *MedieKultur. Journal of Media and Communication Research* 49, pp. 123-136.
- Tække, J. (2010b). *Social konstruktion af personlig identitet på Facebook*. Paper præsenteret ved SMID's årskonference *Digitale stemmer: Dokumentation, kommunikation og formidling i oplevelseskulturen*. Kolding, Danmark, 2.-3. dec. Er tilgængeligt på [https://pure.au.dk/portal/files/22799401/SMID\\_2010\\_Jesper\\_T\\_kke.pdf](https://pure.au.dk/portal/files/22799401/SMID_2010_Jesper_T_kke.pdf) (Identificeret 08.02.12).
- Zylinska, J. (2009). *Bioethics in the Age of New Media*. Mass., USA: MIT Press.

Anne Scott Sørensen  
Lektor  
Institut for Litteratur, Kultur og Medier  
Syddansk Universitet, Danmark  
[annescott@litcul.sdu.dk](mailto:annescott@litcul.sdu.dk)