

IDENTITETSKONSTRUKTION PÅ FACEBOOK – EN KVALITATIV UNDERSØGELSE AF UNGES BRUG AF DET SOCIALE ONLINE-NETVÆRK FACEBOOK

Clara Møhl Schack

Det væsentlige fokus i denne artikel er unges selypræsentation på Facebook, og hvorledes denne proces påvirker den enkeltes identitet. Goffmans klassiske teori får i denne sammenhæng fornyet mening i belysningen af identitetskonstruktion på Facebook og gør det muligt at tale om begrebet personal facebook front, der refererer til individets adfærd på Facebook, der adskiller sig fra vedkommendes offline adfærd, idet individet får en højere grad af kontrol over egne signaler. Denne øgede kontrol over sin fremtoning gør det muligt at konstruere en socialt ønskelig identitet, der indfanges med begrebet hoped-for-possible-selves (Marcus og Nuricus, 1986). Udviklingen af disse hoped-for-possible-selves kan illustreres ved et feedback-system, der beskriver en gensidig dynamik mellem individets selv-koncept og den identitet, der præsenteres på Facebook. Denne artikel afdækker begrebet hoped-for-possible-selves i en mindre begrebsafklarende kvalitativ undersøgelse af de personlige kvaliteter og personlighedstræk, der karakteriserer disse hoped-for-possible-selves.

Endvidere undersøges det, hvordan Facebook kan forstås som en konkret kontekst, indenfor hvilken individet får en mulighed for at skabe og lege med særlige personlighedstræk. Denne proces kan forstås som en udvidelse af individers mulighed for at udvikle en socialt ønsket identitet, og på baggrund af dette kan man argumentere for en empowerment af personligheden.

Indledning

Ungdommen har i klassisk forstand været den livsfase, hvor individet hovedsageligt har kæmpet med at udvikle en selvstændig identitet. Det er i denne livsfase, at den unge eksperimenterer med forskellige roller i sociale kontekster, gør oprør mod forældre og andre autoriteter, udvikler særegne interesser og holdninger, gør sig sine første erfaringer i udviklingen af intime relationer osv. Kort sagt udvikles de personlige karakteristika og strukturer

i personligheden, der skal frigøre den unge fra barneidentiteten og føre vedkommende ind i voksenlivet.

Denne traditionelle forståelse af ungdom udfordres i en postmoderne kultur, hvor konstruktionen og udviklingen af identitet ikke længere synes at være henvist ungdomsfasen, men derimod en væsentlig opgave for det reflektive og søgende individ (Giddens, 1991).

I dag bruges ungdomsbegrebet ikke kun om de 13-19-årige, men også om personer i tyverne, trediverne, fyrerne osv., der ser og forstår sig selv som unge, samtidig med at den gruppe, der før blev karakteriseret som store børn, nu identificerer sig med ungdomsgruppen. De unge bliver således både yngre og ældre på en og samme tid. Det er ofte blevet proklameret, at vi lever i en ungdomsfikseret tid, hvor ønsket om at være ung får folk til at gribe til ekstremer fx i form af skønhedsoperationer. Man kan spørge sig selv, hvorfor det er så attraktivt at klassificere sig selv som værende ung, og hvad det er for nogle problematikker, som langt de fleste individer i dag identificerer sig med, der særligt knytter sig til ungdommen?

Det kan siges, at ungdom er blevet metafor for selvudvikling og identitetskonstruktion ud fra ideen om, at ungdommen ikke længere kan ses som en livsfase i udviklingspsykologisk forstand, men derimod repræsenterer en række eksistentielle udfordringer og temaer, som den enkelte livslangt må tage stilling til. Disse betragtninger danner baggrund for, at fokus i denne artikel ligger på identitetsdannelse og undersøger denne.

I individets søgen efter identitet tilbyder det senmoderne samfund et utal af kontekster og redskaber i forbindelse med identitetskonstruktionen. En af disse kontekster er det virtuelle sociale netværk Facebook, hvor individer har mulighed for at præsentere sig selv på en profil med billeder, kommentarer, beskrive sig selv, udtrykke holdninger, citere, tilmelde sig grupper osv., samtidig med at man er en del af et interaktivt netværk bestående af venner og bekendte.

Facebook er et globalt fænomen, idet det benyttes på tværs af kulturer, nationer, aldersgrupper, etniske grupper og sociale klasser. Netværket har eksisteret siden 2004 og benyttes i dag af mere end 400 millioner aktive brugere verden over, og hver dag opdaterer flere end 35 millioner deres side. Hver uge udveksles der mere end 5 milliarder links, nyheder, blog-indlæg, noter, fotos etc. En gennemsnitsbruger af Facebook anvender mere end 55 minutter om dagen på Facebook (www.facebook.com).

Ud over at fungere som medium for udveksling af information og vedligeholdelse af kontakt tilbyder Facebook muligheder for at præsentere eller iscenesætte sig selv på måder, som ikke gør sig gældende i hverdagens ansigt til ansigt-kommunikation. Det handler denne artikel om.

I det følgende vil jeg undersøge, hvorledes Facebook kan forstås som en konkret kontekst, indenfor hvilken det enkelte individ præsenterer sig selv på en særlig måde, der evt. afviger fra deres offline identitet, og på hvilke punkter dette gør sig gældende.

Efter en indledende analyse af identitetsbegrebets betydning og udvikling vil jeg på baggrund af en mindre begrebsafgrænsende kvalitativ empirisk undersøgelse af 10 Facebookprofiler se på, hvad der karakteriserer de personlighedsbilleder, der præsenteres på Facebook. Herefter vil det blive diskuteret og perspektiveret, hvorledes Facebook kan ses i lyset af de processer, der knytter sig til identitetsdannelse i det postmoderne samfund.

Identitetsbegrebet

Identitetsbegrebet opstod i løbet af 1800-tallet i takt med den samfundsmæssige udvikling i den vestlige verden, og de skiftende opfattelser af identitetsbegrebet kan forstås som en afspejling af de skiftende samfundsmæssige omstændigheder. Med industrialiseringen forandrede samfundet sig grundlæggende og hurtigere end nogensinde før i takt med, at individet fik en mere central rolle end hidtil. Dannelsen af det moderne og senmoderne samfund har betydet, at betingelserne for det enkelte individ har forandret sig. Det viser sig i en fornyelse af familiens struktur og organisering, hvor de forventninger, traditioner og bånd, der hidtil har karakteriseret familien, forsvinder, således at det enkelte individ i højere grad er overladt til selv og sine muligheder for at skabe sin egen livsbane og identitet, (Baumann, 1995). Identitetsdannelse bliver i det senmoderne samfund et livslangt projekt for det moderne menneske. Individet skal konstant tage stilling til sin egen udvikling, og i den forstand kan man sige, at tilværelsen bliver et refleksivt projekt for det senmoderne menneske (Giddens, 1991), og betingelserne for den enkeltes identitetsdannelse og de problemer, der knytter sig dertil, kan anskues som en af hovedproblematikkerne i den enkeltes liv.

Jørgensen (2008) skelner mellem fire identitetsniveauer: 1) Jeg-identiteten, der kort formuleret kommer til udtryk i en subjektiv, men ikke nødvendigvis verbaliseret fornemmelse af, hvem man er. 2) Den personlige identitet, der henviser til individets mere bevidste mål, værdier, valg og oplevelse af sig selv som et unikt individ med egen individualitet. 3) Den sociale identitet, der hænger sammen med de sociale roller og positioner individet indtager, eller det billede, som individets mere eller mindre bevidst forsøger at tegne af sig selv, og endelig 4) den kollektive identitet, der kan placeres i grænseområdet mellem den personlige og den sociale identitet. Den kollektive identitet bygger på en oplevelse af at høre til en bestemt gruppe (fx 'danser', 'muslim') (ibid.).

Jørgensen nævner, at man må skelne mellem identitet som psykologisk eller indrepsykisk struktur og identitet som en mere bevidst og indholdsmæssig størrelse. De klassiske identitetsteorier (fx Erikson 1959, 1968, Marcia 1989, 1980, 1994) har primært fokus på identitet som noget, der skabes indefra og ud – dvs. som realisering af en indre kerne eller som betinget af livsomstændigheder i et givet udviklingsstadium.

En række teorier, der er nok så relevante for denne artikels tema, har et principielt omvendt fokus, idet de ser på identitet som noget, der ikke hovedsageligt bliver skabt indefra og ud, men derimod udefra og ind (ibid.). George Herbert Mead (1934) medtænker interaktionen mellem mennesker i sin teori, idet han påpeger, at den vellykkede socialisering fører til dannelsen af ”den generaliserede anden”, der repræsenterer samfundets normer og værdier og medvirker til et ydre perspektiv på individet selv. Etableringen af den generaliserede anden er væsentlig i forhold til identitetsudviklingen, og individets aktive samspil med omverdenen får således en afgørende placering i denne teoretiske forståelse.

Den hermeneutiske socialpsykolog Dan McAdams (1997) forklarer udviklingen af den menneskelige identitet på en anden måde, idet individet i høj grad ses som aktivt skabende i forhold til identiteten. Identiteten udvikles ifølge McAdams således, at individet danner en narrativ konstruktion om sig selv på baggrund af begivenheder og tematikker i individets liv og de sociale og kulturelle diskurser, der hersker i det omgivende samfund (ibid.). Denne teori går i spænd med og kan på visse punkter ses som en afspejling af det senmoderne samfunds omskiftelighed og fragmentering, hvor individets muligheder for at skabe sig selv og sin tilværelse vokser.

I de nyere teorier bliver identitet opfattet som en mere omskiftelig størrelse forstået på den måde, at identiteten varierer på tværs af kontekster og situationer. Hvor de første identitetsteorier fokuserede på individets indre som afgørende for identitetens udvikling, inddrager de nyere teorier i højere grad interaktionen og fremstiller individet som aktivt handlende og skabende. Den socialkonstruktivistiske teoretiker K. J. Gergen (1991) mener, at selvet og dermed identiteten afstemmes og afhænger af den kontekst, det sættes i. Han gør radikalt op med den determinisme, der præger de traditionelle teorier, frisætter individet fra de indre betingelser og vender derimod blikket mod de ydre.

Et af de grundlæggende kritikpunkter, der kan rettes mod Gergen, er, at teorien synes at overse en række afgørende intrapsyriske processer og den personlige kohærens over tid, der præger identiteten. Gergens teori afspejler ligesom McAdams’ teori individets betingelser i det senmoderne samfund, idet det forstås som foranderligt og i stand til at skifte identitet imellem kontekster.

Der er tale om en grundlæggende forskel imellem de traditionelle teorier repræsenteret ved bl.a. Erikson, og de moderne teorier, som fx Gergen og McAdams opstiller. De klassiske teorier forstår forholdet mellem individ og samfund som et *ydre forhold*, hvor individ og samfund er adskilte størrelser. I de moderne teorier er der i højere grad tale om et *indre forhold*, hvilket betyder, at individet og samfundet skabes i gensidig interaktion. I et indre forhold mellem individ og samfund bliver grænserne mellem de to størrelser mindre tydelige og flydende, idet de er betydningsfulde for hinandens eksistens og påvirker hinanden. Det, der inkarnerer den grundlæggende dis-

kussion imellem de traditionelle og moderne teorier, er, at individet i de traditionelle teorier står alene og har en særegen eksistens uden for samfundet, hvor individ og samfund er en del af hinandens konstitution i de moderne teorier.

Selvpræsentationen og Facebook

Som beskrevet hos Jørgensen (2008) har identiteten flere niveauer eller dimensioner. Den dimension, som vil stå i fokus i denne artikel, drejer sig om, hvorledes vi konstruerer vores identitet og præsenterer den for andre. Facebook skal i denne forbindelse ses som en tidstypisk kontekst og et værktøj, der netop tilbyder en ramme for identitetskonstruktionen og selvpræsentationen. Facebook er, qua individets mulighed for at udtrykke sig via narrative, stilistiske og visuelle virkemidler, et forum, hvor individet bliver aktør i kraft af den øgede kontrol over identitetskonstruktionen. Identiteten skabes, idet den præsenteres på en bestemt måde, og dermed eksplicit udstikker retningslinjer til omverdenen om, hvorledes individet ønskes at blive forstået. I dette perspektiv kan identiteten defineres som *“the part of the self, which we are known by others”* (Altheide, 2001, p. 2). Identiteten bliver således ikke blot et spørgsmål om, hvordan man føler sig, men også hvordan man fremstiller sig selv, og hvorledes denne fremstilling modtages af omverdenen.

Ervin Goffman (1959) fremlægger i sin klassiker *Presentation of Self in Everyday Life* en teori om den menneskelige identitets udvikling. Goffman bruger teatret som metafor for det menneskelige samspil og mener, at alle mennesker agerer, som var de skuespillere på en scene. Den rolle, som individet spiller for omverdenen, tages ind og evalueres af publikum, og identiteten og selvet skabes i denne interaktion. Hos Goffman er et væsentligt begreb *the personal front*, der refererer til de personlige kvaliteter og karakteristika, der knytter sig til et bestemt individ. *The personal front* består af en række fysiske kendetegn og signaler som fx det tøj, vi iklæder os, vores alder, størrelse og udseende, manerer, ansigtsudtryk, racemæssige karakteristika, social baggrund osv. Disse karakteristika skal hovedsagligt være kohærente og konstante over tid (ibid.). Lidt kategorisk sagt vil Goffman påstå, at vi alle bærer en maske over for omgivelserne, og at identitetsudviklingen derfor er en aktiv proces, der udvikles i dette samspil, hvilket betyder, at teorien støtter Altheides definition af identitetsbegrebet.

Vender vi tilbage til den tidligere diskussion om, hvorvidt forholdet mellem individ og samfund skal forstås som et indre eller ydre forhold, giver Goffman med sit begreb om *the personal front* udtryk for en forståelse af individ og samfund som et ydre forhold. *The personal front* skabes i interaktion med samfundet, men bagved findes individets *back stage*, der er dele af personligheden, der ikke præsenteres for eller skabes i kontakt med om-

givelserne. Dermed er der på dette område i hans teori tale om en forståelse af individ og samfund som adskilte størrelser.

Facebook er den perfekte scene, hvor man som individ kan spille en rolle foran et publikum, i dette tilfælde sine venner og andre kontakter på Facebook. I forlængelse af Goffmans begreb *personal front* kan man tale om en *personal Facebook front*, der består af de signaler og den adfærd, som individet udfolder på Facebook og dermed bruger til at skabe sin identitet. Begrebet adskiller sig fra Goffmans traditionelle version af begrebet, da individet med *personal Facebook front* i langt højere grad har mulighed for at kontrollere, hvilket indtryk man ønsker at afgive til omgivelserne, netop fordi individet ikke er kropsligt forankret i den virtuelle verden. Muligheden for at fremme eller hæmme bestemte træk og kvaliteter i personligheden er større på Facebook end i virkelighedens offline verden. Individets øgede grad af kontrol over sin egen fremtoning på Facebook udvider den enkeltes handlerum, og man kan således tale om en empowerment af individet. Netop dette forhold kan anskues som en grundlæggende motivation for at benytte Facebook og en forklaring på, hvorfor Facebook har så mange millioner brugere verden over. I en tid, hvor kulturen kræver, at individet skaber sig selv og sin særegne identitet, tilbyder Facebook den perfekte ramme, hvor individet kan forny og lege med identiteten og ikke mindst skabe, hvad Goffman kalder for *the ideal self*; et selv, der reflekterer de normer og værdier i samfundet, der fremstår som ønskelige og korrekte (ibid.). Goffmans *ideal selv* adskiller sig fra *the personal front* ved at indeholde det, der normativt vurderes som perfekt, hvor *the personal front* således kan ses som et udtryk for en gensidig tilpasning mellem individ og publikum.

Muligheden for at fremstille et idealt selv bliver eksplicit fremhævet i Facebooks nyhedsbrev fra august 2008 af netværkets ophavsmand Marc Zuckerberg: “*Everyone should be able to express themselves how they want...*” (p. 1).

I denne korte passage fremhæver han det, der både synes at være netværkets personlige og samfundsmæssige funktion, nemlig at fungere som et forum, hvor det til en vis grad er muligt at konstruere en socialt ønskelig identitet. Formuleret i Goffmans metaforik: Facebook tilbyder teatrets scene og giver brugerne mulighed for at spille den rolle, de måtte have lyst til.

Hoped-for-possible-selves

Ideen om at skabe et idealt selv i forbindelse med individets ønske om at opnå en social ønskelig identitet knytter an til Markus and Nirkus’ (1986) teori, der omhandler begrebet *possible selves*. Possible selves repræsenterer forestillinger om selvet i fortiden og fremtiden, samtidig med, at de er tæt knyttet til individets nuværende selv. Således indbefatter begrebet individets tanker om, hvad vedkommende ønsker at blive, ikke at blive og muligvis

vil udvikle sig til. Der er grundlæggende tale om individets håb, fantasier, drømme, frygt, begær osv., hvilket betyder, at begrebet *possible selves* indeholder et motivationelt aspekt hos det enkelte individ (ibid.).

Zhao et al. (2008) har beskrevet en del af *the possible selves*, som de kalder for *hoped-for-possible-selves*. *Hoped-for-possible-selves* repræsenterer de socialt ønskelige identiteter, som individet gerne ville skabe og tror på kan blive til virkelighed under de rette omstændigheder. *Hoped-for-possible-selves* adskiller sig ikke fuldstændig fra individets nuværende identitet, men synes at tillægge eller hæmme træk hos individet, der på baggrund af den herskende samfundsmæssige diskurs anses som særligt ønskelige eller mindre attraktive kvaliteter ved personligheden. Begrebet *hoped-for-possible-selves* er således interessant i forhold til de identiteter, der viser sig på Facebook, fordi individets øgede kontrol over konstruktionen af identiteten giver mulighed for at aktualisere den identitet, som ønskes etableret, men som kan være problematisk at skabe i virkelighedens ansigt til ansigt-interaktion (ibid.). *Hoped-for-possible-selves* vil fungere som et nøglebegreb i den empiriske undersøgelse, som jeg vil præsentere nedenfor.

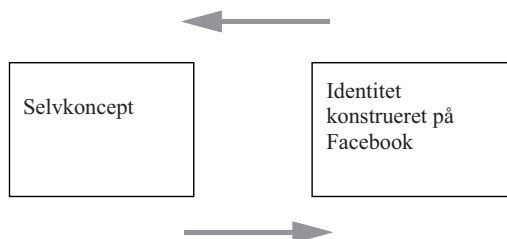
Identitetskonstruktion på Facebook

Med afsæt i begrebet *hoped-for-possible-selves* kan man teoretisk argumentere for, at de identiteter, der præsenteres på Facebook, på afgørende punkter afviger fra identiteter, der udspiller sig i offline-verdens interaktion. I dette afsnit vil det blive belyst, hvorledes denne proces ud fra et teoretisk synspunkt kan forstås.

Possible selves og derunder *hoped-for-possible-selves* skal forstås som del af et større affektivt-kognitivt system. Dette system består af selvskemaer, konsistente og kohærente repræsentationer hos det enkelte individ, der fungerer strukturerende for individets tankesystemer og verdensopfattelse. Disse selvskemaer konstrueres på baggrund af individets tidligere oplevelser og udstyrer det med en række strategier i tolkningen af nye situationer. På baggrund af denne forståelse bliver selvskemaer en essentiel del af selvkonceptet, hvilket betyder, at selvkonceptet tildeles en regulerende effekt i forhold til individets adfærd. *Hoped-for-possible-selves* konstrueres således bl.a. på baggrund af den enkeltes selvskemaer og dermed selvkoncept (Zhao et al., 2008).

Individet vælger et selv, der på baggrund af selvkonceptet vurderes som ønskeligt og udfører det så vidt som muligt på Facebook. Antager man, at individ og samfund indgår i et indre forhold, kan det tilføjes, at den ønskelige identitet ikke kun er et produkt af individets selvskemaer og dermed selvkoncept. Forholdet mellem selvkonceptet og den identitet, der præsenteres på Facebook, kan illustreres i et *feedbacksystem*: individet præsenterer en bestemt identitet på Facebook, der er udviklet på baggrund af dets selv-

koncept, men selvkonceptet bliver influeret af de identiteter, der er mulige at udleve på Facebook. Selvkonceptet og den identitet, der præsenteres på Facebook, indgår således i et gensidig påvirkeligt samspil, hvor begge størrelser kommer til at påvirke og konstituere hinandens udformning.



Figur 1.

Denne model illustrerer processen vedrørende identitetskonstruktionen som et feedback system. Den identitet, der præsenteres på Facebook, er udviklet på baggrund af selvkonceptet, men har ligeledes en tilbagevirkende indflydelse på selvkonceptets udformning. Således opstår der et gensidigt påvirkeligt forhold mellem de to størrelser.

Det er en central pointe med modellen, at den illustrerer dynamikken mellem individets ønsker om sin identitet og selvkoncept som en udvikling og forandring af selvet. Dog overses et vigtigt aspekt, idet der i modellen er tale om en aktiv og i høj grad bevidst konstruktion af identiteten, når den udfoldes på Facebook. Facebook lægger som kontekst op til en langt mere ekstrem identitetskonstruktion end den, der hører offline-verdenens ansigt til ansigt-interaktion til, idet det virtuelle netværk tilbyder en række nye redskaber, der giver individet større kontrol over identitetskonstruktionen og langt flere muligheder for at forme den som ønsket. Således er der ikke blot tale om en model, der illustrerer udvikling af selvet, men i høj grad en særegen dynamik, der knytter sig specielt til Facebook.

Identitetskonstruktion på Facebook er således en konsekvens og en manifestation af et samspil mellem individets selvkoncept og dets ønsker. Denne teoretiske argumentation danner baggrund for den empiriske undersøgelse og fungerer hypotetisk, idet der arbejdes ud fra en forestilling om, at denne dynamik er i spil, når individet præsenterer sig selv på Facebook.

En undersøgelse af identitetskonstruktion på Facebook

Undersøgelsen tager udgangspunkt i en analyse af ti Facebookprofiler, der indeholder forskelligartede virkemidler i form af fx billeder, tekst og grafik, der analyseres på baggrund af fire parametre, som ifølge Zhao et al. (2008) hver især repræsenterer en del af identiteten. Der foretages en analyse af, hvad der kendetegner selvpræsentationen i forhold til hver af de fire parametre på hver profil, og derefter dannes der et samlet resultat for hvert parameter. Endelig sammentænkes resultaterne, der indgår i opstillingen af et personlighedsbillede for hvert køn, der fremstår som socialt ønskelige for den analyserede gruppe. De fire parametre består af:

Det narrative selv: måden, individet beskriver sig selv på i form af tekst, som danner det narrativ, vedkommende ønsker at fortælle om sig selv til omverdenen. Dette viser sig i *self-descriptions* på Facebook.

Det visuelle selv: måden, individet præsenterer sig selv på visuelt. Dette kommer til udtryk igennem *profilbilleder* og *uploadede billeder* på profilen.

Det kollektive selv: hvilke grupper individet ønsker at identificere sig med. Dette ses af, hvilke *grupper på Facebook* som vedkommende tilmelder sig.

Tone og jargon: hvilke stilistiske virkemidler individet benytter sig af sprogligt. Disse virkemidler viser sig i *selvbeskrivelsen*, *kommentarer til andre* og *valg af citater*.

Det kan ganske givet påpeges, at disse fire parametre overser aspekter i forhold til at indfange det samlede billede af data, men da en databehandling altid vil simplificere materialet, er det vigtigt at lave et så gennemskueligt undersøgelsesdesign som muligt, så disse begrænsninger står klart frem (Rose, 2000).

Formålet med min undersøgelse er at finde ud af, om det er muligt ud fra en antagelse om, at individet præsenterer sine *hoped-for-possible-selves* på Facebook, at opstille nogle personlighedsbilleder, der kan karakteriseres som særligt socialt ønskelige inden for en gruppe studerende på 20-25 år.

Metodiske overvejelser

Undersøgelse omsætter forskelligartede data fra de ti Facebookprofiler til en samlet forståelse af, hvad der i det senmoderne samfund karakteriserer en socialt ønskelig personlighed. Der er således tale om en hermeneutisk tilgang, hvor forståelsen og fortolkning er det centrale. Fortolkningsproces-

sen er afgørende for undersøgelsen, da det er igennem denne proces, at der skabes orden, struktur og mening i datamængden.

At gøre fortolkning til en hovedkomponent i sin analyse kan kritiseres for at være biased, da det altid kan diskuteres, om de rigtige faktorer bliver vægтет korrekt og tilstrækkeligt, hvilke dimensioner der er relevante og bør lægges vægt på, og om væsentlige data således kan risikere at forsvinde i fortolkningsarbejdet. Disse forhold er vigtige at holde sig for øje, samtidig med at det gøres klart, at der i fortolkningsprocessen ikke er tale om en oversættelse af et materiale til et andet, men en interaktiv proces, hvor der produceres et helt nyt produkt (Rose, 2000).

Et andet forhold, der er relevant i undersøgelsesprocessen, er, at den fremstår så gennemsigtig som muligt. Således vil både styrker og begrænsninger i undersøgelsen stå klart frem. I bearbejdning af data vil der altid være tale om en simplificering – aspekter og nuancer af datamængden vil muligvis falde væk, og derfor vil en del af materialets kompleksitet forsvinde (ibid.). Dette forhold vil der blive taget højde for i undersøgelsen.

Derudover skal det pointeres, at analysen af data og dermed undersøgelsen har et diskursivt præg, hvilket kommer til udtryk i en forståelse af mennesket som del af et kulturspecifikt samfund. Der er således implicit indlejret en forståelse af, at størrelser som viden og sandheder om verden er specifikke for kulturen og dermed relative, og den samfundsmæssige og kulturelle diskurs skal derfor forstås som en påvirkende faktor i forhold til individets adfærd, tanker, værdier og forståelse af verden (Gill, 2000). Undersøgelsen kredser således i højere grad om, hvad undersøgelsens profilmateriale er udtryk for som et kulturelt artefakt, end i hvilken grad det afspejler virkeligheden og personlighederne bag.

Valg og beskrivelse af forsøgspersoner

Undersøgelsen består af et sample på 10 forsøgspersoner, der har skrevet under på en samtykkeerklæring, der giver tilladelse til, at dele af deres profil bliver genstand for analyse. Af etiske grunde er alle forsøgspersoner anonyme, og data, der på nogen måde afslører personlige informationer, sløres.

Samplet består af unge universitetsstuderende mellem 20 og 25 år, der studerer ved Københavns Universitet på det samfundsvidenskabelige fakultet. Det består af 5 kvinder og 5 mænd, så der er tale om en ligelig kønsfordeling.

Alle forsøgspersoner har responderet på et opslag på fakultets intranet. Der har på intet tidspunkt været personlig kontakt med forsøgspersonerne, idet samtykkeerklæringer er rekvireret ved fremsendelse af en frankeret kuvert, og andre praktiske spørgsmål er besvaret via formel e-mail-kontakt.

I spørgsmålet om undersøgelsens repræsentativitet og generaliserbarhed skal det fremhæves, at denne undersøgelse kun omfatter en selekteret gruppe

af den danske ungdom i alderen 20 til 25 år. Da datamængden ligeledes er lille, er det ikke entydige svar, som denne undersøgelse har til formål at frembringe, men derimod at fungere begrebsafklarende. Undersøgelsens resultater peger på hvilke personlige kvaliteter, der vurderes som socialt ønskelige for unge i det københavnske universitetsmiljø. Derudover er det væsentligt at holde sig for øje, at forsøgspersonerne alle læser på samme fakultet, og at der højst sandsynligt er tale om en særegen kultur og diskurs i dette miljø, der adskiller sig fra andre grupper på Københavns Universitet. I denne forbindelse skal det ligeledes fremhæves, at samplet således består af en homogen gruppe, hvilket vil afspejle sig i undersøgelsens resultater.

Resultater

Resultaterne vil blive præsenteret i forbindelse med hvert parameter, således at de fund og refleksioner, som er blevet gjort i forbindelse med hver undersøgt profil, bliver samlet på tværs, og derefter fremlagt i en fælles beskrivelse. Til slut sammenfattes de fire parametre, idet resultaterne forbindes, så der for hvert køn kommer til at vise sig et personlighedsbillede, som på baggrund af teorien om *hoped-for-possible-selves* må forstås som socialt ønskeligt for den undersøgte gruppe.

Det narrative selv

På Facebook har individet mulighed for at skabe et narrativ om sig selv via en skriftlig beskrivelse under rubrikken: *about me*. Her er det muligt at beskrive sig selv, som man opfatter sig selv og ønsker at fremstå. Rubrikken *about me* er en del af fanen *personal information*, hvor der også er rubrikker, hvor brugeren kan oplyse interesser, favoritmusik, bøger, film, citater osv.

Et interessant resultat i forbindelse med undersøgelsen af dette parameter er, at kun 1 ud af de 10 forsøgspersoner udfylder rubrikken *about me* og laver en reel selvbeskrivelse. Alle forsøgspersoner udfylder en af de andre rubrikker inden for fanen om personlige informationer, men her er der ikke tale om en narrativ beskrivelse af sin egen personlighed, men derimod om opremseringer. På baggrund af dette resultat kan det pointeres, at måden, som individet udtrykker og præsenterer sig selv på i forbindelse med Facebook, er *implicit* snarere end *eksplicit*. Den eksplicite fremstilling ville vise sig i rubrikken *about me* i form af en bevidst og konkret beskrivelse af personligheden, men netop beskrivelsen af personligheden kommer til udtryk via en *implicit* fremstilling i form af billeder, citater, gruppetilhørsforhold og de stilistiske virkemidler, som udtrykkes på profilen. Denne iagttagelse stemmer overens med Zhao et al. (2008).

Det visuelle selv

Den mest benyttede måde at præsentere sig selv på Facebook på er via billeder af sig selv, enten alene eller sammen med venner. Hver af undersøgelsens forsøgspersoner har i gennemsnit 511,7 billeder på sin profil, og dette er nogenlunde ligeligt gældende for begge køn.¹ I forlængelse af det foregående afsnit er det med dette resultat tydeligt, at forsøgspersonerne udtrykker sig selv og præsenterer deres identitet implicit, idet billedet ikke direkte fortæller, hvem du er, men indeholder flere fortolkningsmuligheder. I stedet for et skriftligt eksplicit narrativ om identiteten, udtrykkes den implicit på fotografiet, hvor individets identitet fremstår via handlinger, udtryk, omgivelser osv. Individets konstruktion af identiteten på Facebook må derfor forstås som særligt afhængig af, hvordan vedkommende tager sig ud og fremstår på billeder. Det visuelle udtryk bliver et afgørende element for selvpræsentationen på Facebook, hvilket på mange måder stemmer overens med samtidskulturens optagethed af det æstetiske og overfladen. Dette viser sig bl.a. i den stigende interesse for mode, hvor netop påklædningen som et ydre karakteristika signalerer, hvem man er, og hvordan man ønsker at blive opfattet. I Goffmans (1959) terminologi kan det påpeges, at individet i det postmoderne samfund er optaget af udviklingen af *the personal front*, og disse fund tyder på, at dette forhold også gør sig gældende på Facebook. Med forfatteren Hemingways ord benytter forsøgspersonerne sig af en "*Show it don't tell it*"-teknik, når det gælder selvpræsentationen.

Et forhold i forbindelse med det visuelle selv er, at alle forsøgspersonerne fremstiller sig selv i festlige sammenhænge med venner. Både mændene og kvinderne ses dansende, glade, smilende og berusede af alkohol. At være sjov og festlig er en personlig kvalitet, som alle forsøgspersonerne fremstiller via billeder.

Dog er der tale om nogle forskelle kønnene imellem. De mandlige forsøgspersoner har alle enten et billede af sig selv, hvor der indtages alkohol eller et billede, hvor de er i færd med at udføre sport eller fremviser et redskab, der refererer til en særlig sportsgren. Dette udtrykkes for det meste på en måde, der forekommer humoristisk, fx fremstiller en af de mandlige forsøgspersoner sig siddende på en dromedar med et surfbræt og et skælmsk smil. En anden fremstiller sig selv siddende med et døsig blik i øjnene i færd med at drikke øl, og en tredje fremstår med store solbriller og et stort og smørret grin. På billederne portrætteres de mandlige forsøgspersoner fx i ekstreme sportssituationer, de laver sjove grimasser i beruset tilstand, fester med vennerne eller er på eksotiske rejser i bar overkrop. Der er i den visuelle fremstilling af de mandlige forsøgspersoner tale om, hvad der kan forstås som traditionelle mandlige aktiviteter, der giver udtryk for hårdhed, styrke,

1 Mændene i undersøgelsen har i gennemsnit 540 billeder af sig selv på profilen, hvor kvinderne i gennemsnit har 483 billeder tilknyttet deres profil.

aggressivitet og fysisk aktivitet, men også for det legende og ukontrollerede. Den mandlige gruppes billeder har hovedsageligt et humoristisk islæt.

Derimod præsenterer de kvindelige forsøgspersoner sig i langt højere grad som alvorlige. Det synes vigtigt for denne gruppe at fremstå pæn og seriøs, hvilket ses i ansigtsudtryk og valg af billedtyper. Her er der tale om billeder af smilende piger, der omfavner hinanden eller tænkstomt sidder med blikket rettet væk fra kameraet. Hvor den mandlige gruppe som sagt valgte billeder, hvor de enten indtager alkohol eller udøver sportslige aktiviteter, udsender de kvindelige forsøgspersoner nogle helt anderledes signaler. For kvinderne gælder det, at de på billeder præsenterer sig selv i relation med en veninde, kæreste eller en baby i armene. Den kvindelige gruppe fremstår således relationsorienterede modsat mændene, der fremstår alene på deres billeder. Det peger på, at der i denne forbindelse til dels kan være tale om nogle traditionelle elementer i den måde, hvorpå kønsrollerne udspiller sig på Facebook. Kvinderne forstår sig selv i relation til andre, hvorimod mændene hellere fremstår selvstændigt.

De visuelle virkemidler er på Facebook ligesom i offline-verdenen kraftigt medvirkende til at kommunikere seksuelle signaler. Således præsenterer den kvindelige gruppe lidt karikeret sagt sig selv med korte kjoler og trutmunde, mens mændene optræder fysisk stærke og til tider med aggressive ansigtsudtryk. Et forhold, der gør sig gældende på tværs af de fire parametre, er, at den kvindelige gruppe ikke giver udtryk for aggressivitet, hvilket traditionelt forstås som et maskulint karakteristikon.

Det kollektive selv

En række af de kønsspecifikke karakteristika, som er beskrevet i det foregående afsnit om det visuelle selv, gør sig ikke gældende i forbindelse med det kollektive selv. Hvor de kvindelige forsøgspersoner tilmelder sig grupper med politiske budskaber som fx *"Tag stilling til organdonation"*, *"Homoseksuelle skal have ret til adoption i DK"* og *"Feed a child with just a click"*, identificerer de mandlige forsøgspersoner sig med grupper af satirisk karakter. Eksempler er: *"Folkebevægelsen for indførsel af dromedarer i de danske skove"*, *"Folk der går med kniv – har ikke råd til sværd"* og *"Foundation of the protection of Swedish underwear models."* Den kvindelige gruppe fremstår samfundsenkede og tager stilling til omverdenen i deres valg af grupper på Facebook, hvilket må forstås som repræsentative for deres holdninger og således medvirkende i forbindelse med deres selvscenearbejde. Disse Facebookgrupper omhandler samfundspolitiske og almenmenneskelige problematikker, og den øgede interesse fra kvindernes side kan ses som et udtryk for idealkvinden i det senmoderne samfund, der ikke blot tager sig af de traditionelle kvindelige områder i privatsfæren, men også engagerer sig på et makroniveau i samfundets organisering.

De kvaliteter, som den kvindelige gruppe forsøgspersoner identificerer sig med, omhandler holdninger til samfundet og kan derfor forstås som et ønske om *engagement*, hvor den mandlige gruppes optagethed af det satiriske må ses som et udtryk for en *legende* mentalitet. I forbindelse med den kollektive identitet kan det påpeges, at der er tale om en skarp opdeling af de domæner og handlerum, der knytter sig henholdsvis til mandlig og kvindelig identitet.

Tone og jargon

Den generelle tone og jargon, der bruges af den undersøgte gruppe, er præget af ironi og humor. At fremstå sjov, let og underholdende må ses som en ønskelig personlig kvalitet for gruppen. En af de mandlige forsøgspersoner skriver bl.a. i rubrikken over foretrukne aktiviteter: "*Actions of "overspringning"*", en anden skriver på sin profil: "*Vil gerne splejse om Island*". Disse formuleringer er udtryk for en bestemt form for ironi og leg med ord, som karakteriserer stilen på Facebook. Et andet eksempel på en formulering, der indeholder ironi er: "*der mangler vokaler i Haribos ABC lakrids*". Her ses en anden tydelig tendens, nemlig at gøre små underfundige iagttagelser i hverdagen og bringe dem frem på humoristisk vis.

I brugen af stilistiske virkemidler kan det påpeges, at den kvindelige gruppe i højere grad kommunikerer med hinanden i en rosende og anerkennende tone, fx kommenterer en kvindelig forsøgsperson nogle veninder på et billede således: "*SERIØST JEG ELSKER DET HER BILLEDE aarrhh hvor er I savnede*". De mandlige forsøgspersoner har en mere rå og drillende tone.

Måske kan der peges på, at den kvindelige gruppe på visse måder ønsker at have overblik og kontrol. Dette viser sig fx i kommentaren: "*...vil have fjernbetjening til sit liv!*", der som metafor kan forstås som et ønske om at kunne håndtere livet på en bestemt måde. Fjernbetjeningen kan forstås som symbol på et instrument til at kunne forme tilværelsen som ønsket. Dog er den interne tone og jargon ikke grundlæggende forskellig imellem de to køn.

Fortolkning af resultater

Med afsæt i disse fund kan der opstilles et personlighedsbillede for hvert køn, der i henhold til Markus & Nirukus' (1986) teori om *hoped-for-possible-selves* kan anskues som bestående af en række socialt ønskelige kvaliteter for unge universitetsstuderende mellem 20 og 25 år.

Den engagerede og søde pige

Der kan optegnes et personlighedsbillede af en ung kvinde, der ønsker at fremstå som åben, imødekommende og festlig. Hun tager stilling i den

samfundspolitiske debat og har seriøse meninger og indvendinger i forhold til den verden, hun lever i. Det er vigtigt for hende at engagere sig i tilværelsen og sit eget liv, hvilket manifesterer sig i hendes samfundsmæssige stillingtagen og udadvendthed. Hun fremstår relationsorienteret, idet hun ses i samspil med andre, fx kæresten, veninder og familiemedlemmer, og repræsenterer på dette punkt en mere traditionel kvinderolle. Derudover er hun optaget af at fremstå seksuelt attraktiv ud fra en lidt stereotyp forestilling om det kvindelige udseende, hvor hun på skift udsender udfordrende signaler og lever op til ideen om unge piger som smilende, søde og velvillige. Kvindernes selvfremsstilling på Facebook bruges således til at kreere en sammensat identitet: hverken entydig sexet, relationsorienteret eller politisk/seriøs, men alle disse træk på en gang.

Den aktive og legende unge mand:

Den unge mand i denne undersøgelse udviser på visse punkter en traditionel maskulin adfærd, det han fx identificerer sig med fysisk aktivitet, hvilket kommer til udtryk via sportslig udfoldelse. Derudover fremstår han legende og ukontrolleret i sin adfærd, hvilket bekræftes i indtagelse af alkohol og løssluppenhed ved festlige begivenheder samt en humoristisk tilgang til andre og sig selv i brugen af ironi. Han lever op til et traditionelt mandebillede, idet han udviser en selvstændig adfærd, jf. det fysiske aktivitetsniveau, og optræder alene og ikke i relation til en anden signifikant person. Som modsætning til dette fremstår han ligeledes i kontakt med sine regressive sider og dermed med det føromtalte legende udtryk, hvilket betyder, at han til tider optræder en smule mere afslappet sammenlignet med den kvindelige gruppe.

Der er naturligvis tale om en generalisering med optegnelsen af disse personlighedsbilleder, og en kritik af dem ville påpege faren for stereotypisering som et væsentligt problem, men de skal forstås som en illustration af, hvilke personlige kvaliteter der karakteriserer samtidens *hoped-for-possible-selves* inden for den undersøgte gruppe.

I de følgende afsnit vil det blive diskuteret, hvordan Facebook kan forstås i forhold til identitetsdannelsen i det postmoderne samfund, og hvilken betydning individets mulighed for at udleve disse *hoped-for-possible-selves* på Facebook har for udviklingen af personligheden.

Identitetsdannelsen i det postmoderne samfund

På baggrund af begrebet *hoped-for-possible-selves* konstruerer forsøgspersonerne identiteten på Facebook ud fra en forståelse af, hvad der anses som socialt ønskelige kvaliteter ved personligheden. Således er den identitet, der udspiller sig på Facebook, konstrueret, idet individet har mulighed for at

fremhæve og hæmme træk i sin personlighed, og jeg vil i denne sammenhæng tale om en *designer-identitet*. En sådan identitet betyder, at identiteten på Facebook kan forstås som et produkt, da det kreeres af individet selv, men med påvirkning af massemedierne og samfundet, der på mange måder dikterer, hvilke kvaliteter og adfærd der anses som ønskelig. Massemedierne tilbyder et væld af ikoner og symboler, som identiteten kan ”designes” og konstrueres på baggrund af (Altheide, 2001). Identitetsdannelsen rykkes til en vis grad ud i det offentlige rum, i stedet for blot at være et personligt anliggende. Samfundet tilbyder individet en lang række værktøjer og remedier i forbindelse med identitetsdannelsen. Facebook er et eksempel på et værktøj, hvor individet får lov til at skabe sig selv, markedet bugner af varer og brands, der fortæller omverdenen, hvem du er, og medierne er fulde af berømtheder, der fungerer som ikoner og narrativer, som individet kan identificere sig med. Fascinationen af berømtheder i de vestlige samfund er i løbet af de seneste år eksploderet, og for at sætte dette i perspektiv kan det nævnes, at celebrity websites er mere besøgte end websites omhandlende religion, politik eller sundhed i dagens USA (Tancer, 2008). Det postmoderne individs optagethed af det ydre billede af personligheden, som netop Hollywoods berømtheder tilbyder os, peger igen på den tendens, at identitetsdannelsen foregår i det offentlige rum, og at identiteten skabes qua den måde, vi fremtræder på, og de signaler, vi udsender. Individet kan således vælge mellem et væld af færdigkonstruerede identiteter på tværs af de mange kontekster i det postmoderne samfund. Man kan derfor forstå den store efterspørgsel på mode-, design- og livsstilsprodukter i den vestlige verden som en konsekvens af individets fornyede betingelser, hvor kravet om at skabe sin egen identitet er stort (Jørgensen, 2002).²

Empowerment af personligheden

Den øgede kontrol over identitetsudviklingen, som Facebook tilbyder individet qua muligheden for at kunne iscenesætte og hæmme og fremhæve træk i personligheden, der anses som socialt ønskelige, fremmer den enkeltes indflydelse på sin personlige udvikling. I henhold til feedbackmodellen fremgår det, hvorledes den identitet, der præsenteres på Facebook, har en tilbagevirkende indflydelse på selvkonceptet og vice versa, således at de personlige træk, individet enten vælger at hæmme eller fremhæve på Facebook, får indflydelse på udviklingen af identiteten. I denne sammenhæng kan der påpeges en *empowerment* af personligheden, idet individets øgede

2 I denne diskussion er det væsentligt at påpege, at der fokuseres på en bestemt dimension af identiteten, og at der naturligvis bør medtænkes en langt højere grad af kompleksitet i forståelsen af alle de nuancer og individuelle forskelle, som begrebet måtte indeholde.

kontrol over dets fremtoning har en forløsende virkning i forhold til de bånd, der traditionelt har fungeret fastholdende for menneskets udvikling som fx social baggrund, fysiske karakteristika, race, sprog, vaner osv. Således kan der, på baggrund af en forståelse af Facebook som en væsentlig arena for det postmoderne individ, være tale om et *agentisk selv*, hvis handlemuligheder for at fremstå som ønsket øges, idet de grundlæggende betingelser, som individets udvikling er underlagt, forandres. Facebook kan ud fra dette synspunkt forstås som et kulturspecifikt fænomen, hvis opståen er del af en generel samfundsmæssig udvikling, hvor de grundlæggende betingelser for individet har forandret sig, jf. individualiseringen som tidligere omtalt.

Psykoanalytiker John R. Suler (2002) påpeger, at cyberspace fungerer som et forum, hvor individet har mulighed for at udleve undertrykte dele af personligheden af positiv og negativ valens. Ud fra en psykoanalytisk forståelse af personligheden kan det påpeges, at individets handlemuligheder styrkes, idet Facebook fungerer som en kontekst, hvor indre konflikter kan håndteres og undertrykte sider af personligheden udspille sig.

Desuden er der tale om, at Facebook kan bruges som politisk redskab i kraft af, at individer samler sig i grupper, der giver udtryk og plæderer for bestemte holdninger. Således tildeles den enkelte en øget grad af selvstændighed og autonomi, da det har mulighed for at udtrykke sig og føle sig aktiv i samfundet. I den forstand kan der i forbindelse med Facebook være tale om en demokratisering.

På baggrund af denne diskussion kan der argumenteres for, at individets handlemuligheder styrkes med indførelsen af Facebook, og at denne empowerment af personligheden ændrer de betingelser, som identitetsdannelsen hidtil har været underlagt, men også stiller individet over for nye opgaver, idet individet i højere grad selv skal træffe afgørende valg for identitetens udvikling og dannelse.

Konklusion

Det kan konkluderes, at individets ændrede betingelser i den postmoderne virkelighed har ændret forståelsen af identitetsdannelse som primært forbundet til ungdommen. Derimod er identitetsdannelse blevet et livslangt projekt for den enkelte og ikke kun den unge, hvilket sætter ungdomsbegrebet i nyt lys og tillader denne artikel at undersøge identitetsdannelse i et bredere perspektiv. Individet præsenterer sig selv ud fra et teoretisk synspunkt på Facebook på en måde, der i mere eller mindre grad afviger fra offline-identiteten. Dette kommer til udtryk i de såkaldte *hoped-for-possible-selves*, hvilket betyder, at individet på Facebook får mulighed for at udleve en socialt ønskelig identitet. Etableringen af *hoped-for-possible-selves* kan forstås som et feedbacksystem, da der kan argumenteres for en gensidig påvirkende dynamik imellem individets selvkoncept og den identitet, der

udspiller sig på Facebook. Der fokuseres således på selvpræsentationen som et væsentligt element for identitetskonstruktionen, og i denne forbindelse kan der peges på, at Goffmans 50 år gamle teori får nyt liv under nye omstændigheder. De fornyede omstændigheder, som individet er underlagt i det postmoderne samfund, giver den enkelte muligheder for at skabe sin egen identitet, og i denne forbindelse kan Facebook ses som en kulturspecifik kontekst, indenfor hvilken det er muligt at hæmme og fremhæve særlige træk i personligheden.

I den empiriske undersøgelse viser der sig et personlighedsbillede for hvert køn, der illustrerer hvilke kvaliteter de omtalte *hoped-for-possible selves* indeholder. Endeligt kan Facebook anskues som en kulturspecifik arena, hvor det postmoderne individ fungerer som aktør og har mulighed for at konstruere sin egen identitet som ønsket, og dermed bearbejde den opgave, som synes at være individets vigtigste i samtiden. Facebook kan ses som et udtryk for kulturens optagethed af det ydre og iscenesættelsen, hvor identiteten synes at blive et produkt, der konstrueres og dannes i det offentlige rum qua de bevidste signaler, som individet udsender til omverdenen. Denne øgede kontrol i forbindelse med identitetskonstruktionen på Facebook fremmer individets handlemuligheder og egen indflydelse på sin personlige udvikling, og der kan således argumenteres for en empowerment af personligheden.

LITTERATUR

- ALTHEIDE, DAVID L. (2001). Identity and the Definition of the Situation in a Mass-Mediated Context. *Symbolic Interaction*, 23 (1), p. 1-27.
- BAUMAN, Z. (1995). *Life in Fragments. Essays in Postmodern Morality*. Oxford: Blackwell, p. 1-125.
- ERIKSON, E. H. (1959). *Identity and life Cycle*. New York: International University Press, p. 50-100.
- ERIKSON, E. H. (1968). *Barnet og samfundet*. København: Hans Reitzels Forlag, p. 167-269.
- GERGEN, K. J. (1991). *The Saturated Self. Dilemmas of Identity in Contemporary Life*. New York: Basic Books p. 48-198, p. 226-259.
- GIDDENS, A. (1991). *Modernity og Self-identity. Self og society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press, p. 1-108.
- GILL, R. (2000). Discourse Analysis In: Bauer, M. W. & Gaskell, G. (eds.) *Qualitative Researching with Text, Image and Sound. A Practical Handbook*. London: Sage Publications, p. 172-191.
- GOFMANN, E. (1959). *Presentation Of Self In Everyday Life*. New York: Doubleday Anchor Books, p. 1-255.
- JØRGENSEN, C. R. (2002). *Psykologien i senmoderniteten*. København: Hans Reitzels Forlag, p. 120-136.
- JØRGENSEN, C. R. (2008). *Identitet. Psykologiske og kulturanalytiske perspektiver*. København: Hans Reitzels Forlag, p.11-113, p. 132-164.
- MARCIA, J. E (1980). Identity in Adolescence. J. Adelson (ed) *Handbook of Adolescent Psychology* New York: John Wiley & Sons, p. 159-187.

- MARCIA, J. E (1989). Identity Diffusion Differentiated. In: Luszcz, M. A. & Nettelbeck, T. (ed). *Psychological Development. Perspectives Across the Life-Span*. North-Holland: Elsevier Science Publishers, p. 289-301.
- MARCIA, J. E (1994). Ego identity and Object Relations. In: Masling, J. M. & Bornstein, R.F. (eds.). *Empirical Perspectives on Object Relations Theory*. Washington: American Psychological Association, p. 59-104.
- MCADAMS, D. P. (1997). The Case for the Unity in the (Post)Modern Self: A Modest Proposal. In: Ashmore, R. & Jussim, L. (eds.). *Self and Identity: Fundamental Issues*. New York: Oxford University Press, p. 46-80.
- MEAD, G.H. (1934). *Mind, Self and Society*. Chicago: Chicago University Press, p. 135-226.
- MARKUS, H. & NURIUS, P. (1986). Possible Selves. *American Psychologist*, 41 (9), 954-969.
- ROSE, D. (2000). Analysis of Moving Images. In: Bauer, M. W. & Gaskell, G. (eds.) *Qualitative Researching with Text, Image and Sound. A Practical Handbook*. London: Sage Publications, p. 246-263.
- SULER, J. R. (2002). Identity Management in Cyberspace. *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 4 (4), p. 455-459.
- TANCER, B. (2008). *Click. What Millions of People Are Doing Online and Why It Matters*. New York: Hyperion, p. 87-101.
- WWW.FACEBOOK.COM (2004).
- ZHAO, S., GRASMUCK, S. & MARTIN, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. *Computer in Human Behavior*, 24, p. 1816-1836.