

0100010001100101011011100110111001100001001000000111010101110000011100
0001110011011000010111010001110011001000000111001101111001011001100111
0100011000010111001000100000011101000110100101101100011011000010000001
1000010111010001110100001000000111010101101110011001000110010101110010
0111001111110110011010110110000100100000011101010110111001100111011000
0100100000011010110111011001101001011011100110111001101111011100100111
0011001000000111010101110000011100000110110001100101011101100110010101
1011000111001101100101001000000110000101110110001000000110000101110100
0111010000100000011010000110000100100000011001010111010001110100001000
0001100100011010010110011101101001011101000110000101101100011101000010
0000011010100110000101100111001000000111000011100101001000000100011001
1000010110001101100101011000100110111101101111011010110010111001000100
0110010101101110011011100110000100100000011101010111000001110000011100
1101100001011101000111001100100000011100110111100101100110011101000110
0001011100100010000001110100011010010110110001101100001000000110000101
1101000111010000100000011101010110111001100100011001010111001001110011
1111011001101011011000010010000001110101011011100110011101100001001000
0001101011011101100110100101101110011011100110111101110010011100110010
0000011101010111000001110000011011000110010101110110011001010110110001
1100110110010100100000011000010111011000100000011000010111010001110100
0010000001101000011000010010000001100101011101000111010000100000011001
000110100101100111011010000100000011010000100000011010000100000011001
1010011000010110011001100110011001100110011001100110011001100110011001
1000110110010101100101011001010110010101100101011001010110010101100101
011011100110111001101001011011100110111001101110011011100110110001000
0101110100011100110011001100110011001100110011001100110011001100110011001
001000100000011101010111001010010000001000110011000010110001101
1001010110001001101111011011110110101100101110010001000110010101101110
0110111001100001001000000111010101110000011100000111001101100001011101
000111001100100000011100110111100101100110011010001100001011100100010
0000011101000110100101101100011011000010000001100001011101000111010000
1000000111010101101110011001000110010101110010011100111111011001101011
0110000100100000011101010110111001100111011000010010000001101011011101
1001101001011011100110111001101111011100100111001100100000011101010111
0000011100000110110001100101011101100110010101101100011100110110010100
1000000110000101110110001000000110000101110100011101000010000001101000
0110000100100000011001010111010001110100001000000110010001101001011001
1101101001011101000110000101101100011101000010000001101010011000010110
0111001000000111000011100101001000000100011001100001011000110110010101
10001001101111011011110110110010111001000100011001010110111001101110
0110000100100000011101010111000001110000011100110110000101110100011100
1100100000011100110111100101100110011101000110000101110010001000000111

I am digital

**En kvalitativ studie om unga kvinnors
upplevelse av att ha ett digitalt jag**

110100001000000110
010001100110000101
100100010001100101
000001110011011000
110100011000010111
011000010111010001
100111001111110110
000100100000011010

I AM DIGITAL

En kvalitativ studie om unga kvinnors upplevelse
av att ha ett digitalt jag

Linda Andersson

Kandidatuppsats i medie- och kommunikationsvetenskap

Handledare: Stina Bengtsson

Höstterminen 2011, Södertörns Högskola



ABSTRACT

Det övergripande syftet med denna uppsats är att försöka förstå hur unga kvinnor upplever att ha ett digitalt jag på den sociala medieplattformen Facebook. För att få en förståelse av deras upplevelse har jag valt att dela upp teoriavsnittet i två större delar. Den första delen syftar på att förklara konsekvenserna av att leva i en värld som präglas av medier. Utgångspunkten ligger i McLuhans välkända begrepp ”The medium is the message” (1964/2001) för att förstå hur de nya sociala medierna blir en förlängning av den egna fysiska kroppen och Thompsons interaktionstyper (1995/2001).

Det andra teoriavsnittet behandlar hur man kan försöka förstå människors *upplevelse* av att leva i en värld som präglas av medier. Här har jag valt att utgå från Sherry Turkles teorier (1995/1997) om hur Internet har blivit en plats där människor kan laborera med olika konstruktioner av jaget. Jag har valt att komplettera detta med Jenny Sundéns teorier i hennes avhandling *Material virtualities* (2002) samt med fenomenologin som avser att studera upplevelsen av ett fenomen.

Den fenomenologiska metoden använder sig av kvalitativa undersökningar och jag har i min studie utfört fem kvalitativa, semistrukturerade intervjuer med unga kvinnor mellan 24-30 år.

Resultatet av undersökningen visar att unga kvinnor upplever sitt digitala jag som en förlängning av det verkliga jaget, men även begränsat då Facebook endast återger en begränsad bild av jaget. Det fanns även en medvetenhet kring att de framställde det egna jaget positivt genom att de var selektiva i vilken information de publicerade om sig själva. Detta påverkade också tilltron till andras digitala jag.

Vidare upplevde kvinnorna att de till viss mån var begränsade i kommunikationen på Facebook i relation till kommunikationen ansikte mot ansikte.

Facebook upplevdes dels som ett fysiskt rum där de kunde vara (med sina sinnen). Det framkom också att kvinnorna upplevde att detta rum hade en egen tid som fortlöpte även då de själva inte var där.

Nyckelord: fenomenologi, sociala medier, Facebook, upplevelse av att ha ett digitalt jag.

FÖRORD

Inledningsvis vill jag först och främst tacka min handledare Stina Bengtsson som med god vägledning, information och rekommendation har hjälpt mig under arbetets gång. Utan hennes engagemang och rådgivning hade jag aldrig kunnat skriva om det ämne som denna uppsats ämnar undersöka.

Jag vill även tacka respondenterna som gav sin tid till förfogande för att bli intervjuade.

Stockholm, december 2011

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. INLEDNING: DEN DIGITALA MÄNNISKAN	7
1.1 FACEBOOK.....	8
1.1.1 NÅGRA FUNKTIONER PÅ FACEBOOK.....	9
1.2 DET DIGITALA JAGET	10
2. SYFTE	11
2.1 VAD ÄR EN UPPLEVELSE?.....	12
2.2 SKILLNADEN MELLAN DET DIGITALA & FYSISKA JAGET	13
2.3 FRÅGESTÄLLNINGAR	15
3. TEORI	16
3.1 VARFÖR STUDERA UPPLEVELSEN?	16
3.2 KONSEKVENSER AV ATT LEVA I, MED & GENOM MEDIER.....	17
3.2.1 "THE MEDIUM IS THE MESSAGE"	17
3.2.2 EN FÖRLÄNGNING AV MÄNNISKAN	18
3.2.3 INTERAKTION	19
3.3 HUR KAN MAN FÖRSTÅ MÄNNISKORS UPPLEVELSE AV ATT LEVA I, MED & GENOM MEDIER?.....	20
3.3.1 FENOMENOLOGI.....	22
3.3.1.1 "GÅ TILL SAKERNA SJÄLVA"	23
3.3.1.2 INTENTIONALITET	24
3.3.1.3 ESSENSEN.....	24
3.3.1.3 KROPPSFENOMENOLOGI	25
3.3.1.4 HERMENEUTISK FENOMENOLOGI.....	26
3.3.2 KROPPEN ONLINE.....	26
3.3.3 DIGITALA MINNEN	27
3.4 SAMMANFATTNING.....	28
3.5 TEORETISK ANALYSMODELL	29
4. METOD	31
4.1 INTERVJUER.....	32
4.2 INTERVJUGUIDE	33
4.3 URVAL	33

4.3.1 URVALSKRITERIER	34
4.3.2 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT FÖR ATT FÅ TAG PÅ RESPONDENTER.....	34
4.3.3 AVGRÄNSNING	35
4.4 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	35
4.4.1 TRANSKRIBERING.....	36
4.4.2 EMPIRISK ANALYSMETOD.....	37
4.5 VERIFIERING	38
4.6 ETIK.....	38
5. RESULTAT & ANALYS	40
5.1 EN FÖRLÄNGNING AV MÄNNISKAN?	40
5.1.1 ÖKAD RÄCKVIDD & EN DEL AV DEN FYSISKA VERKLIGHETEN	41
5.1.1.1 TEJNIKEN TALAR ÅT DEM.....	42
5.1.3 SJÄLVSTYMPNING.....	44
5.1.5 KROPPSLIG PERCEPTION	47
5.2 OMVÄRLDEN – Placering av jaget	48
5.2.1 RUMSLIGA METAFORER - i eller på skärmen?	48
5.2.2 "VISITKORTSVÄRLD"	50
5.2.3 FROZEN MOMENTS.....	50
5.3 REDUCERADE MÖTEN	53
5.5 SAMMANFATTNING.....	55
6. SLUTDISKUSSION.....	57
6.1 HUR KAN MAN FÖRSTÅ UPPLEVELSEN AV FACEBOOK SOM FENOMEN?.....	58
6.1.1 EN TVÄDIMENSIONELL UPPLEVELSE AV DET DIGITALA JAGET	58
6.2 SVÅRIGHETER MED STUDIEN.....	59
6.3 KOMMANDE FORSKNING.....	59
6.4 SLUTORD	60
7. REFERENSER.....	61
BILAGA 1- Informationsbrev	63
BILAGA 2 -Intervjuguide	64
BILAGA 3 - Teoretiskt schema	65

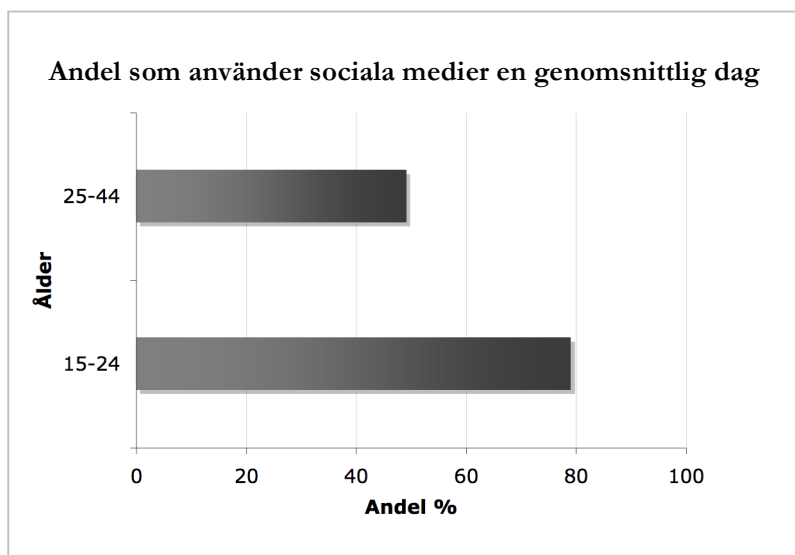
1. INLEDNING: DEN DIGITALA MÄNNISKAN

Människan har alltid ägnat sig åt att producera och byta information och symboliskt innehåll på ett eller annat sätt: från gest- och språkanvändning till att sända information med hjälp av datorn (Thompson, 1995/2001:19). Genom framväxten av olika kommunikationskanaler har vår komplexa värld blivit ännu mer komplex och oförutsägbar (Thompson, 1995/2001:149) och av den anledningen är det viktigt att försöka förstå och belysa hur människor upplever nya fenomen.

Medielandskapet har genomgått stora förändringar de senaste åren. De digitala medierna, och i synnerhet de sociala medierna, har utvecklats och vuxit lavinartat på bara några år. Enligt Nordicoms årliga Internetbarometer (2010) använder 79 % av alla ungdomar i Sverige mellan 15-24 år sociala medier en genomsnittlig dag (se tabell 1).

Ett av de största nätverken i Sverige för sociala medier är Facebook som idag har 4 499 180 registrerade användare (Facebooks Ads, annonseringsverktyg, 2011-11-17). Detta innebär att var och varannan svensk har ett digitalt jag. Med ett digitalt jag syftar jag främst på tre aspekter. Dels på den profil som användarna skapar om sig själva i sociala medier, men även hur de väljer att kommunicera och interagera med andra och hur de förhåller sig till den digitala kontexten. En mer ingående förklaring kommer att behandlas senare i detta avsnitt.

Tabell 1.



Källa: Nordicom Internetbarometer 2010

Användandet har gått från 64 %, 2009 till 79 %, 2010 för ungdomar mellan 15-24 år.

För dem mellan 25-44 år har användandet ökat från 32 %, 2009 till 49 %, 2010 (Nordicom, Internetbarometern 2009 & 2010).

Ökningen beror sannolikt på den ökande populariteten för socialt nätverkande med t.ex. Facebook. (Nordicom, Internetbarometer, 2010:7)

Andelen av befolkningen, 9-79 år, som deltar i sociala nätverk¹ (som till exempel Facebook) har gått från 17 % 2009 till 30 % 2010, där majoriteten av användarna är kvinnor (Nordicom, Internetbarometern, 2010:42). De som använder sociala nätverk i störst utsträckning är ungdomar mellan 16-25 år, där användandet sträcker sig till hela 96 % (Findahl, 2011:18).

Sociala nätverk som Facebook dominerar de sociala medierna och det är kvinnorna som är mest aktiva: 42 % av kvinnorna besöker dagligen Facebook mot 33 % av männen² (Findahl, 2011:19).

Eftersom Facebook är ett av de största nätverken och har kommit att bli så integrerat i många människors vardagsliv tycker jag att det vore intressant att undersöka kvinnors upplevelse av fenomenet, eftersom en majoritet av användarna är kvinnor. Detta kommer att göras utifrån ett fenomenologiskt perspektiv som just syftar till att undersöka en grupp individers upplevelse av ett visst fenomen.

1.1 FACEBOOK

Facebook är ett socialt nätverk som grundades 2004 av den dåvarande Harvardstudenten Mark Zuckerberg (http://facebook-faq.se/facebook_historia/facebook_historia.htm). För att använda Facebook måste man registrera en personlig profil där man bland annat kan lägga upp bilder och information om sig själv. De grundläggande funktionerna i Facebook kretsar kring användarnas profil och personliga startside. Startsidan visar en personlig ”feed” med uppdateringar från användarens vänner (facebook.com, 2011-11-17). Profilen visar information som kan vara allt från intressen, kontaktinformation och bakgrund till utbildning, jobb och politiska åsikter. Användarna kan kommunicera och interagera med varandra genom chatt, personliga meddelanden, ”väggposter” och statusuppdateringar. Utöver det kan man bland annat lägga upp fotoalbum och videos, skapa eller gå med i olika grupper och anordna events (facebook.com, 2011-11-17). Kort och gott går hela nätverket ut på att interagera och kommunicera med andra användare; att dela och ta del av information på olika sätt.

¹ I Nordicoms Internetbarometer används både begreppet sociala medier och sociala nätverk. Med sociala nätverk avses de sociala nätverk/communities, som t. ex. Facebook. Med sociala medier avses de bloggar, online-spel, communities, virtuellt community/virtuell värld och socialt nätverk/community eller annat diskussionsforum/chattgrupp. Sociala nätverk ingår i kategorin sociala medier, som är en slags bredare definition av webbsidor med användargenererat innehåll.

² Undersökningen är baserad på ett slumpmässigt urval av 2671 stycken personer. Källa: <https://www.iis.se/docs/SOI2011.pdf> sidan 61.

1.1.1 NÅGRA FUNKTIONER PÅ FACEBOOK

Det finns en del funktioner och begrepp på Facebook som jag anser att jag behöver klargöra här, för att minimera funderingar och missförstånd senare i min analys. Jag har valt att inte använda mig av några referenser i detta avsnitt, utan det som står nedan är skrivet utifrån mina egna erfarenheter av Facebook.

- NEWS FEED

Alla användare har en personlig news feed och den fungerar som startsida när användaren loggar in på Facebook. Där samlas de senaste publiceringarna från användarnas vänner.

- STATUSUPPDATERINGAR

En statusuppdatering är en kort mening där användaren kan beskriva till exempel vad den gör just nu, eller vad den tänker på. Användarens uppdateringar blir synliga och hamnar användarens vänners news feed.

- LIKE

Intill varje inlägg och bild finns en "Like-knapp" som användarna kan välja att trycka på för att visa att de gillar ett inlägg eller en bild. Detta är ett nytt sätt att kommunicera på och möjliggör på ett enkelt och snabbt sätt för användarna att visa att de gillar något som de tagit del av. Denna funktion används också i kommersiella syften där användarna kan välja att gilla olika företagssidor på Facebook.

- TAGGA

Användarna kan välja att "tagga" varandra på bilder. Det innebär att man namnger den eller de personer som finns med på en bild. Denna bild blir då synlig för personens Facebook-vänner och hamnar även bland bilderna i personens profil.

- LIVE FEED

Detta är en ganska ny funktion på Facebook och fungerar som en rullande lista till höger i gränssnittet. Denna lista visar i realtid vad ens vänner gör på Facebook, allt från kommentarer och uppdateringar till likes eller vilken musik folk lyssnar på.

- CHECK-INS

Denna funktion gör att användaren, med hjälp av sin smartphone, kan checka in på platser som den befinner sig på. Man kan även välja att checka in sina vänner.

1.2 DET DIGITALA JAGET

De sociala medierna har förändrat kommunikationsmöjligheterna och gjort det betydligt enklare att kommunicera med fler människor på ett bekvämare sätt. Förr möttes man på gator och torg för att samtala med andra, idag sker mötena i allt större utsträckning på nätet.

Människor får i allt högre grad tillgång till mer information från avlägsna källor, vilket resulterar i en upplösning av jagbildningen och den gemensamma platsen (Thompson, 1995/2001:257).

Medieutvecklingen berikar och förvandlar jagbildningsprocessen, men den skapar också en ny intimitet som skiljer sig från intimitet ansikte mot ansikte (Thompson, 1995/2001:257).

Jaget är varken en produkt av yttre symboliska system eller en fixerad enhet, utan snarare ett symboliskt projekt som individen aktivt konstruerar utifrån det symboliska material som finns tillgängligt (Thompson, 1995/2001:260-261).

Facebook-profilerna representerar användarnas ”digitala jag” där de har möjlighet att välja hur de vill framställa sig själva. Med andra ord erbjuder den digitala världen oss att skapa ett jag som är separerad från våra fysiska kroppar. Individens olika sätt att utgå från symboliska resurser när de konstruerar sin föreställning om sig själv är beroende av de resurser som finns tillgängliga (Thompson, 1995/2001:260-261).

När vi konstruerar vår föreställning om oss själva anpassar vi våra förväntningar och värderingar efter det ständigt förnyade bedömningarna av vad vi hoppas kunna uppnå (Thompson, 1995/2001:261). Genom Facebook kan medlemmarna med andra ord skapa sig ett kontrollerbart digitalt jag, där de själva kan välja hur de vill bli representerade.

Med det digitala jaget syftar jag alltså till den profil man skapar om sig själv i sociala medier, samt hur man väljer att kommunicera och interagera med andra och hur man förhåller sig till den digitala omvärlden.

Då Facebook är det största sociala nätverket i Sverige (Findahl, 2011:19) så är det jaget som användarna skapar och använder på Facebook som jag hänvisar till när jag talar om ”det digitala jaget”.

I min definition av jaget inryms inte identitet. Identitetsbegreppet är brett och inrymmer mycket mer än bara skapandet av en Facebookprofil och av den anledningen har jag valt att hålla mig till jaget.

2. SYFTE

Syftet med min uppsats är att undersöka unga kvinnors upplevelse av att ha ett digitalt jag. Jag har valt att avgränsa detta till deras Facebook-användning eftersom Facebook är det största sociala nätverket i Sverige (Findahl, 2011:19). Eftersom majoriteten av Facebook-användarna är kvinnor (Findahl, 2011:19) kommer målgruppen för min studie att vara unga kvinnor mellan 24-29 år.

Det finns en uppsjö av sociala medier och jag är medveten om att Facebook är en speciell sajt med en speciell teknologi. Eftersom man kan vara digital på olika sätt är jag också medveten om att man är digital på Facebook på ett sätt som skiljer sig från hur man är digital inom andra sociala nätverk. Jag är inte intresserad av att undersöka Facebook som objekt utan fokus kommer att ligga på *upplevelsen* av att använda och interagera med fenomenet.

Då Facebook och sociala medier har blivit så otroligt populärt, speciellt bland ungdomar och unga vuxna, är det ett ämne av hög aktualitet. Drygt 3 av 4 ungdomar mellan 15-24 år använder sig av sociala medier en genomsnittlig dag (Nordicom, Internetbarometer, 2010:12) vilket gör att det är viktigt med en förståelse för detta fenomen.

Vår interaktion på den digitala plattformen förändrar med all sannolikhet vår upplevelse av vad det innebär att vara människa: den stora och snabba tillväxten av medierat symboliskt material har ställt nya krav på jaget och skapat nya förutsättningar för jagbildningen. Genom det medierade materialet har vi möjlighet att se vårt liv från nya vinklar, och på så sätt också kritiskt granska och reflektera över oss själva (Thompson, 1995/2001:263).

Jag vill i denna studie undersöka ett fenomen i vår samtid genom att belysa det från ett fenomenologiskt perspektiv. Fenomenologi är ett omfattande begrepp som jag kommer att redogöra för senare i uppsatsen.

För att besvara mitt syfte har jag utgått från tre frågeställningar. Dessa frågeställningar bygger på de aspekterna som utgör det digitala jaget (se sid. 10), men också på tre konkreta skillnader mellan det digitala och fysiska jaget. Innan jag listar mina frågeställningar vill jag därför först redogöra för dessa skillnader samt ge en definition av begreppet *upplevelse*. Jag har valt att göra på detta sätt för att jag tror att det ökar läsarens förståelse för mitt val av frågeställningar.

2.1 VAD ÄR EN UPPLEVELSE?

Som jag nämnde ovan kommer denna uppsats att undersöka unga kvinnors upplevelse av att ha ett digitalt jag på Facebook. För att undvika missförstånd kring det diffusa begreppet ”upplevelse”, är det nog på sin plats att jag definierar vad jag menar med det.

Med upplevelse menar jag något som tar plats i människans medvetande. Vissa skulle kanske hävda att upplevelse och medvetande är samma sak, men jag vill påstå att så inte riktigt är fallet. En person kan ha många olika typer av upplevelser och uppleva på olika sätt. Medvetandet är i sin tur, för att citera Nationalencyklopedin, ”totaliteten av en persons upplevelser” (Nationalencyklopedin, *Medvetande*). Människors olika upplevelser formar med andra ord medvetandet och detta är en pågående, föränderlig process.

Med hjälp av våra fem sinnen tar vi del av vad som händer och sker runt om oss och de spelar en stor roll för hur vi upplever saker och ting: kommunikation som inkluderar hörseln, synen och känseln upplevs naturligtvis annorlunda än kommunikation som endast använder eller utnyttjar ett av dessa sinnen.

Genom upplevelser bildar vi oss erfarenheter. Medierna ger oss tillgång till nya, olika former av erfarenheter som skiljer sig starkt från tidigare generationers liv i och med den tekniska utvecklingen (Thompson, 1995/2001:280).

När vi upplevt någonting ligger det i vår natur att reflektera över vad vi varit med om. Genom att vi tolkar upplevelsen så bildar vi nya erfarenheter. Detta innebär att människans erfarenheter utvecklas och ändras allt eftersom vi upplever nya saker. Thompson skiljer mellan två olika typer av erfarenhet: levda erfarenhet och medierad erfarenhet. Den levda erfarenheten är den erfarenhet vi får genom vårt dagliga liv. Det är våra praktiska aktiviteter och mötet med andra ansikte mot ansikte som ger den levda erfarenheten innehåll. Den medierade erfarenheten är den erfarenhet vi skaffar oss genom medierad interaktion eller kvasiinteraktion (Thompson, 1995/2001:280-281). Våra tidigare erfarenheter, levda eller medierad, spelar en stor roll för *hur* vi upplever någonting och/eller *kommer* att uppleva någonting.

Jag vill inte påstå att denna definition av en upplevelse är allmängiltig, ty upplevelse och erfarenhet är ganska mångtydiga begrepp och de är inte alltid helt enkelt att hålla isär dem då dessa begrepp är så pass sammanflätade med varandra.

Med detta sagt vill jag bara klargöra sinnenas, men också erfarenhetens, centrala roll för hur vi upplever vår omgivning. När jag senare i denna studie kommer att undersöka upplevelsen av att ha ett digitalt jag på Facebook, så är det utifrån vår användning av sinnen och vår erfarenhet av fenomenet som kommer stå i fokus, eftersom dessa två faktorer spelar en stor roll för vår upplevelse.

2.2 SKILLNADEN MELLAN DET DIGITALA & FYSISKA JAGET

Jag har valt att kategorisera tre konkreta skillnader mellan det digitala jaget och det fysiska jaget. Det är skillnader som alla påverkar upplevelsen av att vara digital på ett eller annat sätt. Denna tredelning är endast en konstruktion och inte ömsesidigt uteslutande, då dessa kategorier mer eller mindre flyter ihop med varandra. Jag väljer dock att ändå spalta upp dessa dimensioner för att underlätta och tydliggöra vad det är som jag vill komma åt i min undersökning.

Det bör nämnas att min diskussion är analytisk och därmed inte ämnad för att vara helt överensstämmande med verkligheten.

1. JAGET -*Kropp och sinnen*

Det mest uppenbara och den allra tydligaste skillnaden mellan människors digitala jag och fysiska jag är att man som digital person saknar en fysisk kropp. Oavsett hur många bilder man väljer att lägga upp på sin Facebookprofil kommer de aldrig att kunna jämföras med den fysiska kroppen och ansiktet med alla dess föränderliga uttryck. Människor i en persons omgivning kan ganska enkelt läsa av om den personen är glad eller ledsen genom att titta på ansiktet och kroppsspråket. Det är något som blir mer problematiskt i den digitala världen: hur ska man kunna avgöra en persons aktuella humör genom de bilder som användaren valt att lägga upp?

En annan markant skillnad är användningen av sinnen: i den fysiska världen använder man alla sina fem sinnen, men framför datorn, i den sociala världen, utnyttjar man endast tre sinnen: synen, hörseln och till viss del känseln. Eftersom vi upplever och registrerar vår omgivning med våra sinnen så spelar de en central roll för vår upplevelse och hur vi upplever saker och ting.

2. MÖTET MED ANDRA -*Interaktion och kommunikation*

Människan är en social varelse och det ligger i vår natur att söka oss till andra människor. Vi blir till i mötet med andra genom att vi bekräftar och erkänner varandra, påverkar och förändrar varandra. Interaktionen mellan människor på Facebook har förändrat förutsättningarna för det traditionella mötet ansikte mot ansikte eftersom vi inte längre behöver dela tid och rum för att

mötas. Annan teknik har visserligen möjliggjort detta tidigare, men det är viktigt att betona detta eftersom det är skillnad på den fysiska och digitala interaktionen. Eftersom jag ämnar undersöka upplevelsen av att ha ett digitalt jag på Facebook så är det viktigt att lyfta fram denna skillnad eftersom denna typ av interaktion påverkar upplevelsen av mediet.

På Facebook kommunicerar man med skriftliga ord och symboler, i den fysiska världen kommunicerar man till större delen genom verbala ord, men också genom sitt kroppsspråk. Facebook-användarna är med andra ord begränsade av alfabetets bokstäver och tangentbordets symboler när de ska kommunicera med andra, och man kan aldrig vara säker på om mottagaren tolkar budskapet så som det var tänkt. Riskerna för missförstånd blir därmed större och detta kan i sin tur eventuellt påverka hur man dels agerar men också upplever fenomenet.

3. OMVÄRLDEN - *Tid och rum*

De digitala medierna har gjort att vi inte längre är beroende av att dela tid och rum för att kommunicera med varandra. Genom att det är möjligt för individer att kommunicera över långa avstånd i tid och rum överskrider vi de gränser som är karaktäristiska för interaktionen ansikte mot ansikte (Thompson, 1995/2001:45). Detta påverkar hur individer upplever det sociala livets rumsliga och tidsliga kännetecken (Thompson, 1995/2001:47).

Åtskillnaden i tid och rum är ingenting nytt. Innan digitala medier kunde vi kommunicera över tid och rum på andra sätt. Det handlar inte om vad som är nytt eller om vad som är specifikt för just digitala medier, utan det handlar snarare om vad som utgör en skillnad mellan den digitala världen och den fysiska världen eftersom denna skillnad påverkar upplevelsen av fenomenet. Även distinktionen mellan vad som är socialt accepterat och inte i den fysiska och digitala världen påverkar upplevelsen.

De skillnader som jag tagit upp är sammanflätade med varandra och tanken med denna kategorisering är inte att placera in dem i fasta fack, utan för att få en mer övergriplig bild över några av de tydligaste distinktionerna som existerar mellan det digitala och fysiska jaget.

Jag har funderat på ytterligare två faktorer som jag anser utmärker tydliga skillnader mellan den digitala och fysiska världen: känslor och minnen. Jag kände dock att det var svårt att kategorisera in dem under någon av de tre kategorierna. Eftersom ansiktsuttryck och kroppsspråk hjälper till att visa och förstärka känslor skulle jag kunna välja att placera in känslor i den första kategoriseringen. Det skulle dock bli problematiskt eftersom det verbala språket också är en viktig del i hur man uttrycker sina känslor och då skulle jag behöva placera in känslor i den andra kategoriseringen, interaktion och kommunikation. Av den anledningen väljer jag att låta känslor stå utanför denna tredelning.

Jag har också tänkt en hel del kring minnen. Vi har våra ”fysiska” minnen i vårt medvetande, men vi har också medierade och digitala minnen. Utvecklingen av kommunikationsmedier har skapat en så kallad ”medierad historicitet” som innebär att våra föreställningar om det förflutna bygger på en stor del av det ständigt växande förrådet av medierade symboliska former. Det vi vet om det förflutna har vi främst hämtat från böcker, tidningar och filmer (Thompson, 1995/2001:48) och i allt större utsträckning även från Internet.

Som jag skrev tidigare är inte min avsikt att dessa kategoriseringar ska utgöra fasta och oöverskridliga gränser, men jag väljer ändå att inte placera in dessa två under någon av kategorierna, utan låter dem sväva fritt mellan dessa. Jag väljer också att inte ge dessa två en egen kategori eftersom de passar in på flera av de kategorier som jag redan nämnt.

Det är värt att poängtera att minnen och känslor bara är två exempel på gränsöverskridande fenomen, och det finns med all sannolikhet flera liknande kategorier.

2.3 FRÅGESTÄLLNINGAR

Utifrån de skillnader jag redogjort för hoppas jag kunna hitta, förklara och förstå mina respondenters upplevelser av att ha ett digitalt jag på Facebook. För att kunna undersöka detta kommer jag att utgå från följande frågeställningar:

- Hur upplever kvinnor sin profil på Facebook?
- Hur upplever kvinnor mötet med andra på Facebook?
- Hur upplever kvinnor omvärlden på Facebook?

Dessa tre frågeställningar utgör byggstenarna för vad jag har valt att definiera som det digitala jaget. Utifrån dem är min förhoppning att komma åt kvinnornas upplevelse av att ha ett digitalt jag på Facebook. För att kunna göra det kommer jag genomföra kvalitativa intervjuer som kommer att utgå från uppdelade teman. Detta kommer jag att redogöra för i metodavsnittet.

3. TEORI

I detta avsnitt kommer jag att redogöra för de teoretiska ramarna som jag har valt att förhålla mig till och använda som grund för min studie. Jag kommer att beskriva hur medierna påverkar vårt sätt att leva, för att därefter försöka förklara hur man kan förstå människors upplevelse av att leva i en värld som styrs och präglas av medier. Till min hjälp har jag bland annat valt att utgå från psykoanalytikern Sherry Turkle, som skrivit en del böcker om förhållandet mellan människor och datorer. Jag kommer också att redogöra för fenomenologin som är nödvändig för att kunna studera människors upplevelse av ett visst fenomen. Detta innebär att mitt teoriavsnitt kommer att vara en blandning av teori och metod, vilket är nödvändigt för att kunna förklara begreppet fenomenologi.

Innan jag går in på de teorierna för denna studie vill jag först beskriva varför jag valt att studera upplevelsen.

3.1 VARFÖR STUDERA UPPELVELSEN?

Nicholas Negroponte, som är professor i medieteknologi, beskriver i sin bok *Being digital* (Leva Digitalt, på svenska) (1995) hur det är att leva sitt liv i en värld som alltmer digitaliseras. Han menar att den kommunikationen som sker, genom exempelvis brevskrivning, tenderar att bli formell och inte så spontan, men att detta har ändrats på grund av teknologins utveckling. En stor del av den kontakt som man har till omvärlden behöver inte ske i realtid och Negroponte hävdar att när vi lever digitalt så innebär det att vi kommer att kunna bestämma vad för information vi vill ta del av och när vi vill ta del av den (Negroponte, 1995:175-177).

Negroponte skriver ingenting om upplevelsen av att ha ett digitalt jag då boken handlar om att leva i en värld som i allt större utsträckning digitaliseras. Jag vill därför fördjupa denna kunskap genom att studera människors *upplevelse* av att ha ett digitalt jag. Jag vill här bortse från identitetsfrågan (som visserligen är intressant), då det redan finns en hel del forskning inom detta ämne och därför väljer jag att lägga min fokus på upplevelsen, då sociala medier (som exempelvis Facebook) med all sannolikhet ändrar upplevelsen av att vara människa.

3.2 KONSEKVENSER AV ATT LEVA I, MED & GENOM MEDIER

Under större delen av mänsklighetens historia har kommunikation mellan människor skett ansikte mot ansikte. Kommunikationsmediernas utveckling har inte bara upprättat nya nätverk för informationsbyte mellan människor, utan även skapat nya former av interaktion och sociala förhållanden (Thompson, 1995/2001:107,108).

Den stora och snabba tillväxten av medierat symboliskt material har ställt nya krav på jaget och skapat nya förutsättningar för jagbildningen. Genom det medierade materialet kan vi se våra liv från nya vinklar och på så sätt också kritiskt granska och reflektera över oss själva (Thompson, 1995/2001:263). Dock gör denna utveckling att vi blir mer beroende av olika system som vi har relativt liten kontroll över. Detta benämner Thompson för ”det medierade beroendets dubbelbindning” (Thompson, 1995/2001:266), som innebär att ju mer jagbildningsprocessen berikas av medierade symboler, desto mer blir jaget beroende av ett mediesystem som ligger utanför dess kontroll. Vi blir alltmer beroende av en rad olika sociala institutioner och system som erbjuder oss verktygen för att konstruera oss själva (Thompson, 1995/2001:266) och Facebook är ett bra exempel på ett sådant system som tillåter människor att konstruera ett digitalt jag.

Ytterligare en konsekvens av den ökande tillgången till medierat symboliskt innehåll är att den kan få en desorienterande verkan, en slags ”symbolisk överbelastning”. Individer konfronteras av mängder med information och kommunikation, vilket leder till att man blir mer selektiv i valet av material och förlitar sig på betydelsefulla andra, något som finns dokumenterat i tidigare studier av bland annat Katz och Radway (Thompson, 1995/2001:267).

På Facebook cirkulerar en otrolig mängd information och detta innebär att användarna blir överbelastade med symbolisk information. Detta kan mycket väl leda till att de blir mer selektiva i vilken information de väljer att ta del av på Facebook (eftersom det blir nästintill omöjligt att ta del av all information).

3.2.1 ”THE MEDIUM IS THE MESSAGE”

I boken *Understanding media* (1964/1994) skriver Marshall McLuhan om de förändringar som sker i samband med nya medier och teknologier. Hans teorier går ut på hur medierna förlänger människans kropp, sinnen och medvetande, och att nya former av medier påverkar människans sociala och psykologiska struktur, vår upplevelse av oss själva och vårt samhälle (McLuhan,

1964/1994). Han myntade begreppet ”The medium is the Message” där han menade att det är mediets tekniska egenskaper som är viktigare än själva innehållet:

”The medium is the message because it is the medium that shapes and controls the scale and form of human association and action” (McLuhan, 1964/1994:9).

McLuhan gör en liknelse mellan medieinnehållet och en saftig köttbit som inbrottstjuven har med sig för att distrahera en vakthund (McLuhan, 1964/1994:18). Med detta menar han att vi är alldeles för fokuserade på att se till innehållet (likt hunden som fokuserar sig på köttbiten), när vi snarare borde se till vad tekniken (i hans exempel, inbrottstjuven) gör med oss.

Man skulle mycket väl kunna applicera McLuhans begrepp ”The medium is the message” på sociala medier som Facebook eftersom det är självaste plattformen, eller tekniken bakom Facebook som påverkar mottagarna, snarare än informationen som användarna publicerar. Det är ju trots allt mediet som gör det möjligt för oss att kommunicera och interagera med varandra. Detta kan jämföras med vad Thompson kallar för ”det medierade beroendets dubbelbindning” eftersom vi blir mer och mer beroende av ett mediesystem som ligger utanför vår kontroll (Thompson, 1995/2001:266). Det han menar med detta är att ju mer vi väljer att interagera och använda oss av medier, desto mer beroende blir vi av dem som styr medierna.

McLuhan menar att ”innehållet i vilket medium som helst alltid är ett annat medium. Skriftens innehåll är språk, liksom det skrivna ordet är innehåll i det tryckta, och det tryckta innehållet i telegrammet” (McLuhan, 1964/2001:19). Detta gör att mediets effekter blir väldigt starka och intensiva just för att det innehåller ett annat medium, eftersom vi då blir påverkade av flera medier (McLuhan, 1964/1994:18).

Ett bättre sätt att tala om detta är att använda kommunikationsformer. Utifrån McLuhans resonemang blir effekterna av sociala mediers påverkan väldigt starka, eftersom de innehåller flera olika kommunikationsformer, som bland annat skrift, bild, videoklipp, musik och video-chatt.

3.2.2 EN FÖRLÄNGNING AV MÄNNISKAN

En annan teori som McLuhan tar upp i boken handlar om hur tekniken har blivit en slags förlängning av människan, där en förlängning innebär att en individ använder något som ökar räckvidden av den mänskliga kroppen och sinnena på ett nytt sätt: ”Any game, like any medium of information, is an extension of the individual or the group” (McLuhan, 1964/1994:242). De digitala medierna har möjliggjort en global förlängning för den enskilda människan: vi kan snabbt och enkelt

kommunicera med människor på andra sidan jorden och detta påverkar vårt sätt att vara och hur vi förhåller oss till andra.

McLuhan menar att människan blir fascinerad av varje utbyggnad av sig själv att denna utbyggnad förlamar, eller självstympar, andra sinnen (McLuhan, 1964/2001:58). Han tar som exempel upp Narkissos som blev så förälskad i sin egen spegelbild. Spegelns utbyggnad av Narkissos förlamade hans hörsel så att han inte hörde nymfen Eko som försökte vinna hans kärlek (McLuhan, 1964/2001:58).

Varje uppfinning eller ny teknik innebär en utbyggnad, en ympning eller självstympling av våra fysiska kroppar, och sådana utbyggnader kräver i sin tur nya inbördes relationer och nya jämviktslägen mellan de andra organen och kroppsutbyggnaderna (McLuhan, 1964/2001:62)

Ett exempel som McLuhan tar upp är hjulet, som är en utbyggnad av foten, vilket har resulterat i ett mindre behov av foten, men ett större behov av hjulet (McLuhan, 1964/2001:59). Genom att *reta* ett sinne, eller bygga ut ett sinne, är orsaken till den förlamade effekten (McLuhan, 1964/2001:61) och som ytterligare ett exempel tar han upp hur tandläkarens patienter använder hörlurar och höjer ljudstyrkan tills smärtan från borringen försvinner (McLuhan, 1964/2001:61).

Man kan kritisera McLuhan för att han ser människan som underordnad tekniken (McLuhan, 1964/2001:11). Det man inte får glömma är att det är människan som skapat tekniken, inte tvärtom. Men jag tror dock att det är viktigt att vi ändå förstår hur stor roll medierna spelar i skapandet och omstruktureringen av sociala och privata strukturer. Detta påverkar i allra högsta grad hur vi människor upplever ett fenomen och därför är det relevant för denna uppsats.

3.2.3 INTERAKTION

När människor interagerar med varandra eller med ett medium så sker det på olika sätt.

Thomson skiljer på tre olika typer av interaktion: interaktion ansikte mot ansikte, medierad interaktion och medierad kvasiinteraktion (Thompson, 1995/2001:108). Den förstnämnda är dialogisk där deltagarna befinner sig i samma tid och rum och använder sig av en mångfald av olika symboliska signaler för att överlämna och tolka budskap. Den andra, medierade interaktionen, innefattar en separation i tid och rum mellan deltagarna där de symboliska signalerna är begränsade (Thompson, 1995/2001:109). Den sistnämnda interaktionen, medierad kvasiinteraktion, är monologisk med begränsad omfattning av symboliska signaler och riktar sig till en obestämd mängd mottagare (Thompson 1995/2001: 110).

När människor överför symboliska signaler till andra sker det oftast genom ett tekniskt medium (Thompson, 1995/2001:29) som tillåter distansering i tid och rum. Individer kan enkelt kommunicera över tid och rum och Thomson kallar detta för ”handling på avstånd” (Thompson, 1995/2001:108). Man kan med andra ord ingripa och påverka händelser som inträffar på platser som är avlägsna i tid och rum. Detta gör att vi människor kan kontrollera rummet och tiden på nya sätt och påverka vårt sätt att uppleva det sociala livets rumsliga och tidsliga dimensioner (Thompson, 1995/2001:35).

Internet ger utrymme för en form av medierad interaktion där vi kan kommunicera med andra människor över tid och rum. Detta kommunikationssätt kräver nya former av handlingar eftersom det till största delen bygger på ord och har således en begränsad omfattning av symboliska signaler. De sociala medierna har dock suddat ut gränserna mellan de interaktionstyper som Thomson skiljer mellan. Facebook skulle exempelvis kunna placeras in under både medierad interaktion och medierad kvasiinteraktion. Att placera in Facebook i den medierade interaktionen är inte så svårt att förstå: sociala medier har en dialogisk egenskap där deltagarna kan kommunicera över tid och rum. När jag hävdar att Facebook också skulle kunna placeras under den medierade kvasiinteraktionen så tänker jag på användarnas profiler. Alla registrerade medlemmar skapar en profil där de kan lägga upp bilder och ange olika typer av information. Kommunikationen, eller snarare informationen, som sker från självaste profil-sidan är till största delen monologisk och med en relativt obestämd mängd mottagare som kan ta del av den informationen. Denna hybridinteraktion, eller vad man väljer att kalla det, är ganska karaktäristisk för sociala medier. Eftersom interaktionen påverkar hur vi upplever ett fenomen är det viktigt att studera upplevelsen av Facebook för att öka vår förståelse för detta som fenomen.

3.3 HUR KAN MAN FÖRSTÅ MÄNNISKORS UPPLEVELSE AV ATT LEVA I, MED & GENOM MEDIER?

I boken *Leva online* (1995/1997) skriver Sherry Turkle om hur Internet har förändrat människors identiteter och samhällsformer, men också vårt sätt att tänka. På Internet kan vi bilda nya gemenskaper och virtuella samhällen med människor från hela världen, människor som vi kanske aldrig skulle ha träffat i den fysiska världen (Turkle, 1995/1997:11-12). Turkle menar att datorn kan erbjuda ett inbillat sällskap där en ensam person som befinner sig framför datorn inte längre är ensam (Turkle, 1995/1997:36).

Facebook erbjuder nya gemenskaper där frikopplingen mellan tid och rum gör att man inte behöver vara bunden till en fysisk plats för att ägna sig åt sociala aktiviteter.

Vi blir alltmer sammanflätade med tekniken och med andra människor genom den. En konsekvens av detta är att distinktionen mellan mänskligt och tekniskt blir mer komplext:

”lever vi våra liv på skärmen eller i skärmen?”(Turkle, 1995/1997:26).

Turkle skriver om teknikens roll i skapandet av ny social och kulturell sensitivitet och om människors relationer till datorer och hur dessa relationer förändrar vårt sätt att tänka och känna. Enligt Turkle så handlar det inte längre om vad datorn gör för oss, utan snarare vad den gör *med* oss (Turkle, 1995/1997:27). Här kan man dra paralleller till McLuhans ”The medium is the message” som syftar just på hur tekniken påverkar oss. Vi rör oss mot en simuleringskultur där vi människor nöjer oss mer och mer med att ersätta verkligheten med representationer av den (Turkle, 1995/1997:28), och det är ju trots allt teknikutvecklingen som möjliggjort detta.

Turkle hävdar att människor ofta vänder sig till datorn för att ta del av upplevelser i hopp om att dessa kan förändra deras sociala och känslomässiga liv (Turkle, 1995/1997:31). Dock tror jag inte att människor förväntar sig att datorn ska förändra deras liv, utan snarare att man ser datorn som ett redskap som kan hjälpa till med detta.

Turkle menar att vår förflyttning mot det virtuella har en benägenhet att snedvrider vår upplevelse av det verkliga (Turkle, 1995/1997:291). I boken studerar hon MUD:s (personer som deltar i det nätverksbaserade dataspel MUD) där hon ser en tendens av att MUD:arnas sociala värld framstår som verklig då de flesta rollerna spelas av riktiga människor. Spelet är inte skrivet i förväg, utan i princip vad som helst kan hända eftersom motståndaren inte är en dator. En spelare uttryckte att MUD:ar var ”på riktigt” eftersom man skapar sin egen karaktär (Turkle, 1995/1997:291).

Trots att Turkles bok baseras på en studie kring MUD:ar så kan man mycket väl applicera hennes resonemang på sociala medier som Facebook. Det vi gör på Facebook kan kännas verkligt, likaså de personer vi interagerar med. Skillnaden mellan användarna på Facebook och MUD:ar är att användarna på Facebook (oftast) representerar ”sig själva”³ och inte någon annan.

De digitala personerna vi möter på Facebook representeras av en fysisk person och det finns ingen förutbestämd historia om vad som hända skall; användarna skriver sin egen historia. Man kan fråga sig ifall detta, i Turkles mening, är en snedvriden bild av vår upplevelse av vad som är verkligt? Hur upplever man detta fenomen som på något sätt är verkligt, men ändå inte? Flyr vi verkligheten eller är det som Janice Radaway hävdar i *Reading the Romance* (1991) att när kvinnor läser kärleksromaner

³ Anledningen till att jag skrivit ut detta med citationstecken är för att användarna inte kan vara sig själva på Facebook fullt ut eftersom de är begränsad av de medierade symbolerna.

så flyr de inte verkligheten utan bygger en verklighet som är mindre begränsad än deras egen (Turkle, 1995/1997:297)?

När vi kliver in i den virtuella världen omformar vi oss själva och denna omformning är en pågående kulturell process. I vår postmoderna tid är det ingenting ovanligt att ha multipla identiteter och Internet har blivit en plats där vi kan laborera med olika konstruktioner av jaget. En konsekvens av detta är att vi kan forma ett jag genom att pendla mellan olika jag (Turkle, 1995/1997:217-220). Detta är en av teknikutvecklingens många konsekvenser, och även om Turkle inte behandlar just Facebook i sin bok så är hennes resonemang om hur Internet ger oss möjligheten att skapa olika konstruktioner av jaget högst relevant för min studie. Denna möjlighet påverkar ju hur vi upplever de fenomen som gör detta möjligt för oss.

3.3.1 FENOMENOLOGI

Whereas a narrative study reports the life of a single individual, a phenomenological study describes the meaning for several individuals of their lived experiences of a concept or a phenomenon. Phenomenologists focus on describing what all participants have in common as they experience a phenomenon (Creswell, 2007:57-58).

Fenomenologin är dels en teori, men även en metod och därför kommer detta avsnitt även att behandlas i metodavsnittet.

Fenomenologin har under årens gång utvecklats i olika riktningar och det är inte helt lätt att redogöra för denna vetenskapsteori, men min förhoppning är att jag på ett så konkret sätt som möjligt ska kunna förklara grundläggande vad fenomenologi innebär och vad den går ut på.

Förklaringen kommer att ta utgångspunkt i Edmund Husserls och Maurice Merleau-Pontys teorier. Anledningen till att jag valt att utgå från dem är delvis för att Husserl ses som fenomenologins grundare, men att hans fenomenologi har blivit kritiserad för att vara subjektivistisk då han ansågs ta för lätt på de ontologiska problemen. Detta kom senare att korrigeras av Merleau-Ponty (Bengtsson, 1988/2001:30, 31) som utvecklade Husserls transcendentala⁴ fenomenologi till en fenomenologi med existensfilosofisk inriktning.

⁴ En transcendental fenomenologi försöker visa hur allt ytterst kan återföras på ett rent eller transcendentalt medvetande. Den existensfilosofiska fenomenologin tar avstånd från den transcendentala fenomenologin och betonar i stället fenomenens världslighet och existens, både på objekt- som subjektsidan.

Källa: Nationalencyklopedin. Tillgänglig: <http://www.ne.se.till.biblextern.sh.se/lang/fenomenologi?i_h_word=husserl> (2012-01-12).

Fenomenologin beskriver fenomenen så som de visar sig direkt för medvetandet (Hyldegaard, 2006:39). Medvetandet är i sin tur alltid *intentionellt*, vilket betyder att det alltid handlar *om* något. Fenomenet framträder alltid för medvetandet och medvetandet är alltid ett medvetande *om* något.

Grundtanken i fenomenologin är att det inte går att skilja världen från medvetandet som den framträder för, och medvetandet går inte att skilja från den värld som det handlar om. Med andra ord finns det inte en värld i sig själv, bortom människans medvetande om världen (Hyldegaard, 2006:40, 41).

Fenomenologin försöker beskriva hur världen framträder för människan och hävdar att när man percipierar världen så gör man det utifrån uppfattningen om att allt i världen har subjektet som referenspunkt. Man vill beskriva hur världen framträder för ett subjekt och det är detta som är den största skillnaden mellan fenomenologin och naturvetenskapen: fenomenologin beskriver det som naturvetenskaperna måste förbise (Hyldegaard, 2006:41, 42).

3.3.1.1 "GÅ TILL SAKERNA SJÄLVA"

Fenomenologin grundades av den tyske filosofen Edmund Husserl (1859-1938) som menade att vi skulle gå till sakerna själva och beskriva det vi erfar som vi erfar det (Carlshamre, 1998). Enligt Husserl kunde det vara bland det svåraste som fanns eftersom vi är så fulla av förutfattade meningar att vi inte ser det vi ser (Carlshamre, 1998). Carlshamre tar pedagogiskt upp ett exempel på hur man kan jämföra detta med en målare som måste träna sig på att måla det han ser och inte det han vet (Carlshamre, 1998). Husserls grundläggande metod för detta kom att kallas för reduktion, *epoché*. Det innebär att man ska sätta alla sina meningar om världen i parantes för att få en ren och fördomsfri beskrivning av ett fenomen så som det visar sig för medvetandet (Fredlund i Orłowski & Ruin, 1996:199).

Husserls utgångspunkt var att medvetandet inte kunde bli föremål för en traditionell vetenskaplig analys. Han var mycket kritisk till positivismen då han ansåg att de missade poängen när de reducerade medvetandet till något objektivt. Han menade att vi skulle undersöka medvetandefenomenet så som det är för våra sinnen och ansåg att vetenskapens gränsdragning mellan subjektivt och objektivt var ett misstag. Han argumenterade för att de logiska begreppen inte var psykisk fakta (Bengtsson, 1988/2001:23). För Husserl var inte det centrala att avgöra ifall det mänskliga medvetandet var subjektivt eller objektivt, utan hur medvetandet tar form och framträder som en relation till något (Birkler, 2008:109, 110).

3.3.1.2 INTENTIONALITET

Som människa är man alltid medveten om något och ett viktigt begrepp i Husserls medvetandebeskrivning är *intentionalitet*. Med det menas att medvetandet alltid är riktat mot något. Medvetandet är således en oavbruten relation mellan mig som ”upplever” det ”upplevda” och begreppet intentionalitet upplöser dessa två motsättningar (Birkler, 2008:110).

För att tydliggöra detta kommer jag här att redogöra för ett exempel utifrån Birkler (2008):

Bredvid mig ligger ett äpple som jag då och då tar en tugga ifrån och det är med mina sinnen som jag upplever detta äpple. Om jag blundar kan jag fortfarande ”se” äpplet i min inre blick. Man skulle kunna säga att jag har en bild av äpplet inom mig som avspeglar det fysiska äpplet. Då skulle man kunna hävda att det finns två världar, en fysisk värld där det fysiska äpplet finns och en subjektiv värld där bilden av äpplet finns. Men enligt Husserl är denna dualistiska klyvning felaktig. När jag ser mitt äpple på bordet så ingår den i det upplevelsefält som mitt medvetande är med om att konstituera. Kroppen är förutsättningen för mina erfarenheter, men jag skapar också betydelse i förhållande till kroppen (Birkler, 2008:110-111). Fenomenologin är med andra ord inte intresserad av att undersöka äpplet, utan *upplevelsen* av äpplet. Det är relationen till objektet (i detta fall äpplet) som är intressant att studera (Birkler, 2008:113).

Vetenskapens uppgift är, enligt Husserl, inte att undersöka en objektiv värld, utan att undersöka hur människor uppfattar den världen som de lever i, en värld som är särpräglad för varje enskild individ. Det är denna livsvärld som fenomenologin intresserar sig för (Birkler, 2008:111-112). Dock kan man kritisera Husserl för att hans ståndpunkt är subjektivistisk i den meningen att världen är beroende av våra erfarenheter av den. Världen existerar väl i sig självt, oberoende av våra erfarenheter? Husserl diskuterar inte de ontologiska frågorna på allvar utan begränsar sig till kunskapsteoretiska frågor (Bengtsson, 1988/2001:30). Detta kom att korrigeras av Merleau-Ponty som menade att subjektet inte kan ställa sig utanför världen den lever i (Fredlund i Orłowski & Ruin, 1996:200).

3.3.1.3 ESSENSEN

I fenomenologin vill man undersöka hur en grupp människor upplever ett fenomen och det grundläggande syftet är att reducera individernas upplevelse av ett fenomen till en beskrivning av den universella essensen (Creswell, 2007:58). Essensen är det som är lika mellan olika individer, det som inte varierar mellan den data som man samlat in från sina olika intervjuer. (Gunnarsson, 2002).

3.3.1.3 KROPPSFENOMENOLOGI

I Merleau-Pontys bok *Kroppens fenomenologi* (1945/2006) skriver han om hur kroppen är personlighetens subjekt och att det är genom kroppen som medvetandet skapas (Hyldegaard, 2006:42,43). För Merleau-Ponty är subjektet den egna levda kroppen (Bengtsson, 1988/2001:75) och för att fånga ett fenomen måste vi enligt Merleau-Ponty inse att vi *är* vår kropp och inte att vi *har* en kropp som man ser som ett separat objekt (Merleau-Ponty, 1945/2006:115). Utgångspunkten för hans fenomenologi är med andra ord det kroppsliga jaget. Det kroppsliga subjektet visar sig inte genom den fenomenologiska reduktionen, som Husserl förespråkar, (Fredlund i Orłowski & Ruin, 1996:199), utan enligt Merleau-Ponty är reduktionen alltid ofullbordad eftersom det kroppsliga subjektet inte kan ställa sig utanför den värld som den är en del av (Fredlund i Orłowski & Ruin, 1996:200). Med andra ord är kroppen central i Merleau-Pontys fenomenologi: ”Att vara en kropp betyder/.../ att vara bunden till en viss värld, och vår kropp är i första hand inte i rummet: den är till rummet” (Merleau-Ponty, 1945/2006:113). Människan står varken framför sin kropp eller i sin kropp, människan *är* sin kropp (Merleau-Ponty, 1945/2006:115).

Genom att den levda kroppen är central i Merleau-Pontys fenomenologi vill han på så sätt överbrygga åtskillnaderna mellan objekt och subjekt. Han tar som exempel upp hur den blindes käpp inte längre är ett föremål eller objekt som den blinde percipierar⁵, utan ett redskap *varmed* han percipierar. Med andra ord fungerar den som en utvidgning av kroppen (Merleau-Ponty, 1945/2006:118), och detta kan liknas vid hur McLuhan menar att medierna förlänger människan. Facebook kan ses som ett redskap som utvidgar användarnas kropp och sinnen. Ett redskap som hjälper användarna att percipiera (om än begränsat) sin omgivning.

Merleau-Ponty tar, liksom Husserl, utgångspunkt i livsvärlden, men till skillnad från Husserl anser han att den inte kan grundas på ett rent medvetande (Bengtsson, 1988/2001:69) eftersom han menar att ”världen är där före all analys” (Merleau-Ponty, 1945:4 i Bengtsson, 1988/2001:69). Livsvärlden är en slags tredje dimension (utöver subjektet och världen), där subjektet präglas av världen och världen av subjektet (Bengtsson, 1988/2001:71).

Varseblivningen i Merleau-Pontys mening karaktäriseras som en dialog mellan det kroppsliga jaget och en redan given värld. Det är i detta möte som mening bildas (Fredlund i Orłowski & Ruin, 1996:200). Utifrån denna mening är varseblivningen varken en kausal process i en objektiv värld

⁵ Att uppta eller registrera något till sitt medvetande genom sina sinnen. **Källa:** Nationalencyklopedin. Tillgänglig: http://www.ne.se/till_biblextern.sh.se/sve/percipiera?i_h_word=percipierar (2012-01-12).

(som empirismen skulle ha beskrivit den) eller ett subjekts konstitution av sin värld som intellektualismen eller den transcendentala idealismen skulle förstå den (Fredlund i Orłowski & Ruin, 1996:200). Varseblivningen är med andra ord det kroppsliga subjektets närvaro i den levda världen och i detta möte (mellan kroppen och världen) skapas mening (Fredlund i Orłowski & Ruin, 1996:201).

3.3.1.4 HERMENEUTISK FENOMENOLOGI

Hermeneutisk fenomenologi (som kan ses som en vidareutveckling av den existentiella fenomenologin) handlar om forskning som är inriktad på upplevelsen genom att tolka den. Denna typ av fenomenologin anser inte att det räcker att ge en beskrivning av hur en viss grupp människor upplever ett fenomen, utan den går ut på att forskaren tolkar texten (Creswell, 2007:59). Forskaren väljer ut ett fenomen för att sedan reflektera kring viktiga teman som utgör upplevelsen. Därefter skrivs en beskrivning av fenomenet där forskaren presenterar en tolkning av den upplevda erfarenheten (Creswell, 2007:59).

3.3.2 KROPPEN ONLINE

Jenny Sundéns avhandling *Material virtualities* (2002) är en etnografisk studie om WaterMOO, ett textbaserat community på Internet. I etnografiska studier möjliggör forskarens kropp interaktion ansikte mot ansikte med människorna i den avsedda kulturen. Sundén frågar sig vad som händer med dessa studier i textuella kulturer som skapas på skärmen (Sundén, 2002:69).

I sin avhandling försöker hon besvara vad som händer med kroppen i online-textuella praktiker (Sundén, 2002:14). I en postmodern utopi tror man att Internet möjliggör ett skapande av en digital kropp som är separerad från kulturella betydelser av materiella kroppar (Sundén, 2002:72), men Sundén argumenterar mot denna idé. Hon ställer sig frågan hur man kan påstå att kroppen som man skapar online kan vara frikopplad från en kultur som tillhör den materiella världen och samtidigt påstå att den existerar i en symbolisk värld (Sundén, 2002:73).

Sundén definierar cyberspace som ett tvetydigt begrepp; dels som ett vidspritt medium för kommunikation, men också som en plats där man kan projicera fantasier och drömmar (Sundén, 2002:15). Det digitala materialet som läggs upp på Internet genomgår en ständig förändring och kan när som helst modifieras eller omskrivas (Sundén, 2002:67) och en av Sundéns grundläggande frågor är hur man förhåller sig till detta. Eftersom den digitala texten kan ändras och omskrivas blir den aldrig riktigt slutgiltig (Sundén, 2002:67). Hon myntade begreppet *Frozen moments* för att betona att

texten dock kan fixeras till en viss grad: när den har formulerats och användaren har valt att lägga upp den på Internet så kan den inte längre redigeras då den lästs av någon annan. Sundén liknar detta med det talande ordet; när man väl har sagt något så kan man inte göra det osagt (Sundén, 2002:68). Dessa *Frusna ögonblick* spelar en viktig och avgörande roll i hur online-kroppar agerar och kommunicerar med andra (Sundén, 2002:68) eftersom man bör tänka till en gång extra innan man väljer att publicera sitt material på Internet.

Sundéns teorier kring *Frozen moments* kan i allra högsta grad appliceras på Facebook; så fort användaren valt att publicera sitt inlägg och det synliggjorts för någon annan så har denna text mer eller mindre fixerats. Även om användaren väljer att redigera eller radera inlägget så har det registrerats av någon annan och på så sätt fixerats i dennes minne. Det som blir intressant för min studie är hur respondenterna upplever detta. I och med att människors digitala nätverk växer sig allt större kan konsekvenserna av vad man skriver och vilka bilder man väljer att lägga upp på Facebook bli betydligt större än vad som är möjligt i en icke-digital interaktion.

Likt Merleau-Pontys teorier om att vi inte kan separera våra fysiska kroppar från den värld vi lever i, menar Sundén att vi inte kan separera vår fysiska kropp från den digitala kroppen eftersom den präglas av kulturen vi lever i. Det innebär att den digitala jagkonstruktionen på så sätt blir begränsad. Trots Turkles resonemang (som jag skrev om tidigare) om hur Internet bidrar till att vi kan skapa oss multipla jag, så blir dessa konstruktioner begränsade av de kulturella ramarna vi lever inom.

3.3.3 DIGITALA MINNEN

José van Dijck studerar i boken *Mediated memories in the digital age* (2007) lagringen av medierade minnen som enligt henne skapar en relation mellan samtiden och det förflutna (van Dijck, 2007:17). Medielandskapet har digitaliserats och det som händer med de medierade minnena är att de inte längre är lika fasta och statiska som de en gång var (van Dijck, 2007:75). De digitala minnena får en annan typ av exponering då gränsen mellan det privata och offentliga suddats ut, men också på grund av att de är mer lättillgängliga och kan spridas på ett helt annat sätt (van Dijck, 2007:172).

Detta kan jämföras med Sundéns begrepp *Frozen moments*. Sundén liksom van Dijck menar att informationen i den digitala tidsåldern kan revideras på ett helt annat sätt än vad som tidigare varit möjligt. När vi väljer att dela med oss av digital information blir den till en viss del fixerad och detta är högst aktuellt på Facebook där användarna enkelt kan ladda upp och dela med sig av sina bilder.

Van Dijck skriver att mediet inte är budskapet, utan att mediet är upplevelsen (van Dijck, 2007:75). Vad hon menar med det kan tolkas som att det är själva erfarenheten och upplevelsen av mediet som är det viktiga, inte teknologin och dess innehåll. Hennes resonemang kan till viss del jämföras med McLuhans begrepp ”The medium is the message”. Både anser att självaste medieinnehållet, budskapet, är av sekundär betydelse. Däremot anser van Dijck, till skillnad från McLuhan att det är upplevelsen och inte tekniken (mediet) som är det viktiga. Här skulle jag dock vilja poängtera att det ena inte behöver utesluta det andra. Jag tror att tekniken är en viktig del för vår upplevelse, men att upplevelsen är lika viktig för tekniken. Utan människors strävan efter olika upplevelser skulle vi inte heller utveckla tekniken. Detta gör att tekniken och upplevelsen blir två begrepp som inte kan skiljas från varandra, utan snarare två faktorer som utvecklar och stimulerar varandra.

Van Dijcks resonemang kring digitala minnen blir viktig för denna studie då de reviderbara och alltmer lättillgängliga minnena på ett eller annat sätt påverkar användarnas upplevelse av att ha ett digitalt jag.

3.4 SAMMANFATTNING

Hur vi upplever ett fenomen påverkas av många olika faktorer, allt från tekniken och hur vi kan interagera med olika medier till hur vi väljer att konstruera vårt digitala jag och varför vi väljer att framställa oss på ett visst sätt.

McLuhans begrepp ”The medium is the message” (1964/1994) ligger till grund för att vi ska förstå att det är utvecklingen av medierna och tekniken som påverkar oss och att det inte bara är budskapet som ligger till grund för detta. Trots att McLuhan myntade detta begrepp redan på 60-talet är det lika viktigt, om inte än viktigare idag, då tillgängligheten av medierna är större än någonsin.

När vi använder oss av olika typer av medier, interagerar vi med dem på olika sätt beroende på mediets förutsättningar. Thomson (1995/2001) skiljer mellan tre olika typer av interaktion som var och en är betydelsefulla för vår upplevelse av mediet. Sociala medier, som Facebook, är komplexa medier, och jag vill påstå att Facebook möjliggör två typer av interaktion; medierad interaktion eftersom vi kan föra en dialog över tid och rum, och medierad kvasiinteraktion eftersom den också möjliggör för en monologisk kommunikation till en obestämd mängd mottagare. Detta är mycket karaktäristiskt för sociala medier och därför upplever man detta fenomen på ett sätt som skiljer sig från hur man upplever andra typer av medier. Det är med andra ord medierna i sig och tekniken, som till största delen påverkar vår upplevelse.

För att förstå hur människor upplever detta är Turkles teorier (1995/1997) om hur Internet har blivit en plats där människor kan konstruera olika jag viktig. Likaså Sundéns (2002) och van Dijcks (2007) teorier kring hur den digitala texten aldrig riktigt kan fixeras, utan är i ständig förändring och reproducering. Även Sundéns (2002) teorier om att vi inte kan separera våra digitala kropp från den fysiska kroppen på grund av att den präglas av den kultur vi lever i, är viktig att ha med sig för att försöka nå en förståelse för hur människor upplever fenomenet..

För att försöka beskriva denna upplevelse används fenomenologin både som teori och metod. Fenomenologin vill försöka beskriva världen så som den framträder för subjektet och i Merleau-Pontys kroppsfenomenologi är det i dialogen mellan det kroppsliga jaget och en redan given värld som mening bildas. Detta innebär att varseblivningen inte är en process som utgörs av orsak – verkan.

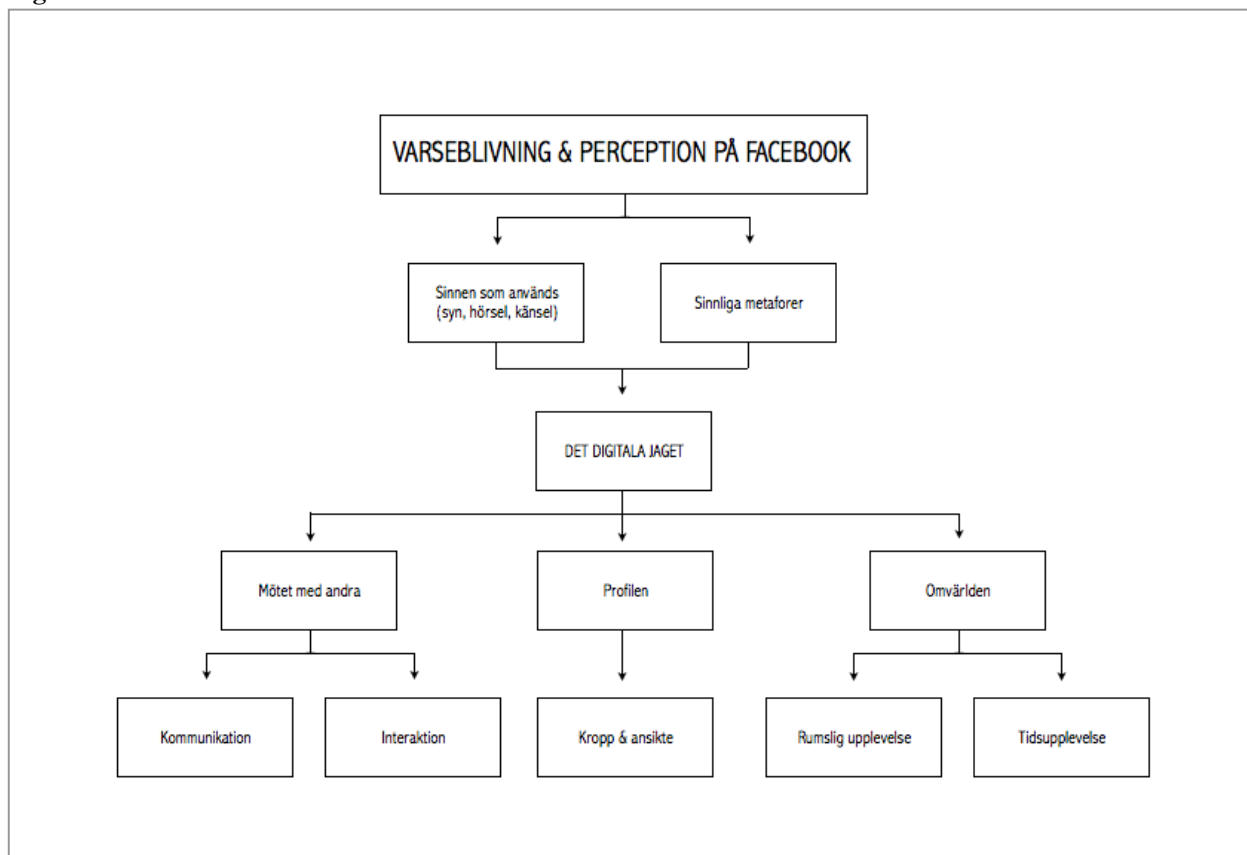
3.5 TEORETISK ANALYSMODELL

Jag skrev tidigare i mitt syfte (sid. 13) att sinnena och erfarenheten av fenomenet kommer att stå i fokus, eftersom dessa faktorer har en avgörande roll för upplevelsen. Därför kommer fenomenologin att genomsyra alla delar i min teoretiska analysmodell (se figur 1 på nästa sida).

Jag kommer inte att skilja på begreppen varseblivning och perception. Detta är för att de ofta används synonymt med varandra. Det skulle behövas en mer omfattande genomgång för att reda ut skillnaderna mellan dem. Dessa två begrepp innefattar dels de ”rena” sinnesintrycken men också den tolkning som sker av dem när vi upplever något med våra sinnen.

Utifrån modellen är tanken att det ska bli lättare att få en översikt över de teoretiska ramarna jag har valt att förhålla mig till och jag har valt att förknippa de fem understa kategorierna med de olika teorierna (se bilaga 3). Det är dock inte helt säkert ifall de kopplingar jag gjort mellan teorierna och dessa kategorier kommer att stämma överens med vad som visar sig i analysen. Däremot kommer de att ligga till grund för hur jag tänker gå tillväga när jag ska försöka koppla ihop analysen med teorierna.

Figur 1



Varseblivning och perception står högst upp för att illustrera att det är utifrån sinnen som undersökningen vill försöka ta fasta på upplevelsen av att ha ett digital jag på Facebook. Erfarenheten spelar också en avgörande roll och kvinnorna i undersökningen ska ha en gedigen erfarenhet av Facebook för att analysen ska kunna få fram tillräckligt med information.

På Facebook använder vi tre sinnen (synen, hörseln och känseln), men det blir intressant att se hur de andra två sinnen kan appliceras, och jag har valt att kalla dem för sinnliga metaforer i min analysmodell.

Eftersom det blir svårt att undersöka upplevelsen av att ha ett digitalt jag i sin helhet utgår modellen från de tre kategorier (som jag definierade tidigare, se sid. 10) som utgör det digitala jaget. Dessa tre kategorier har i sin tur delats upp för att det lättare ska gå att koppla ihop dem med de olika teorierna.

4. METOD

Eftersom min studie avser att förstå upplevelsen av ett fenomen är den fenomenologiska metoden att föredra. Fenomenologi är en empirisk-holistisk forskningsansats som använder induktion för att få fram ny kunskap. Med detta menas att fenomenologer inte testar en hypotes mot verkligheten, utan närmar sig verkligheten för att se vilka teorier som växer fram (Gunnarsson, 2002). Fenomenologin är med andra ord ingen metod i traditionell betydelse, åtminstone inte om man med metod avser ett antal principer som skall leda forskningen. I fenomenologiska studier skall sakerna ledas av sig själva så som de visar sig (Bengtsson, 1988/2001:27).

I den fenomenologiska vetenskapen försöker man förstå mänskliga erfarenheter så som de framträder i livsvärlden och som regel används då kvalitativa analyser av en annan människas upplevda medvetandefenomen (Birkler, 2008:115). Syftet med fenomenologiska studier är att försöka förstå och urskilja dessa fenomenens meningsinnehåll och avgörande för undersökningen är att få respondenterna att själva förmedla sin livsvärld på ett sätt som är meningsfullt för denna (Birkler, 2008:115-116). Målet med fenomenologin är alltså att man vill fånga upplevelsen av ett fenomen så som det visar sig för subjektet. Man vill inte tolka upplevelsena, utan beskriva livsvärlden så som den visar sig. För att lyckas med det är det viktigt att forskaren sätter sin egen förförståelse inom parentes (Gunnarsson, 2002). Här måste dock tilläggas att det finns olika typer av fenomenologi (som jag skrivit om tidigare). Den hermeneutiska fenomenologin går ut på att forskaren tolkar texten och det är denna fenomenologiska metod jag kommer att använda mig av i min analys.

Jag kommer att sätta min egen förförståelse inom parentes eftersom jag strävar efter en sådan fördomsfri förståelse som möjligt. Jag kommer inte att kunna dra några generella slutsatser eftersom min studie endast avser de få antalet kvinnor jag har valt att intervjua. Att mitt urval inte är slumpmässigt bidrar ytterligare till att jag inte kan generalisera mina slutsatser. Undersökningen kommer endast att kunna säga någonting om upplevelsen av fenomenet för de respondenter som ingår i min studie.

4.1 INTERVJUER

”Genom samtal lär vi känna andra människor” (Kvale & Brinkmann, 2009:15) och den kvalitativa forskningsintervjun strävar efter att förstå världen från undersökningspersonernas synvinkel (Kvale & Brinkmann, 2009:17).

Jag kommer att genomföra kvalitativa intervjuer med unga kvinnor mellan 24-30 år där det övergripande målet är att hitta strukturer och sammanhang i respondenternas livsvärld (Birkler, 2008:117). Till detta genomförande kommer jag att ta hjälp av Steinar Kvale och Svend Brinkmanns bok *Den kvalitativa forskningsintervjun* (2009). Undersökningens syfte avgör hur många personer som jag behöver intervjua och här kommer jag utgå från Kvales och Brinkmanns resonemang: ”Intervjua så många personer som behövs för att ta reda på vad du behöver veta” (Kvale, Brinkmann, 2009:129).

Det är viktigt att försöka hitta och urskilja en struktur eller ett mönster i respondenternas upplevelse av att vara digital. Detta mönster skapas av respondenterna själva och för att hitta dem kommer jag låta dem *variera* sin skildring av denna erfarenhet. Genom att jag som intervjuare ställer frågor kring samma fenomen men på olika sätt kommer det förhoppningsvis att framträda likheter. På detta sätt kan man försöka hitta en kärna, eller ett mönster (essensen), och syftet är inte att förklara detta mönster utan att försöka förstå den (Birkler, 2008:116, 117).

Jag är väl medveten om att mina frågor kommer påverka de svar som jag kommer att få och detta är svårt att undvika i kvalitativ forskning. Jag är oundvikligen en del av respondenternas livsvärld och detta kan komma att påverka resultatet på ett eller annat sätt (Gunnarsson, 2002).

Jag kommer att försöka förklara det digitala jaget så som den upplevs i respondenternas livsvärld och mitt mål är att göra det på ett så trovärdigt sätt som möjligt. För att lyckas med det måste respondenterna ha relativt mycket erfarenhet kring Facebook så att de kan beskriva hur de upplever detta medium i sitt vardagliga liv.

Det är viktigt att jag som forskare bortser från mina förutfattade meningar och inte på något sätt färgar respondenternas upplevda erfarenheter. Denna tanke finner man i Husserls teori och kan vara svår att omsätta i praktiken, det ligger ju trots allt i människans natur att försöka förstå och tolka sin värld och omgivning (Birkler, 2008:116 & Gunnarsson, 2002). Detta är även något som fenomenologin har blivit kritiserad för (Gunnarsson, 2002). Det är dock viktigt att ha denna tanke som en eftersträvansvärd utgångspunkt. Genom att jag som forskare försöker inse min förförståelse genom att vara självkritisk kan jag bli mer öppen och objektiv (Gunnarsson, 2002).

Jag är inte intresserad av att undersöka skillnaden mellan det fysiska och digitala jaget, men ett sätt att komma åt kunskapen om hur respondenterna upplever att ha ett digitalt jag är att ställa frågor som berör skillnaderna mellan det digitala och fysiska jaget.

4.2 INTERVJUGUIDE

För att förstå intervjupersonernas vardagsvärld kommer jag att använda mig av en halvstrukturerad intervjuteknik som utgår från en intervjuguide (se bilaga 2) som fokuserar på vissa teman (Kvale & Brinkmann, 2009:43). Med denna metod har jag möjlighet att komma åt och beskriva intervjupersonernas levda vardagsvärld och upplevelsen av det fenomen som jag avser undersöka. Det är viktigt att lyssna till de explicita beskrivningarna men också till den som sägs mellan raderna (Kvale & Brinkmann, 2009:43-45).

Fokus kommer inte att ligga på att försöka hitta dikotomier som rätt eller fel, sant eller falskt, bra eller dåligt, utan på frågor som berör ”hur”, ”på vilket sätt”, och så vidare, för att försöka förstå respondenternas upplevelse av att ha ett digitalt jag.

Det är viktigt att jag får ut så mycket information som möjligt från respondenterna så att mitt material går att koppla till deras individuella upplevelser och erfarenheter. För att få en rik och varierande information är det bra att undersöka en forskningsfråga genom flera intervjufrågor (Kvale & Brinkmann, 2009:148-149).

Ledande frågor kommer att undvikas och det är viktigt att jag som intervjuare aldrig ifrågasätter respondenternas åsikter. Det är också viktigt att jag inte delar med mig av mina egna åsikter och erfarenheter eftersom det kan påverka respondenternas svar.

4.3 URVAL

Intervjupersonerna ska uppfylla vissa kriterier för att ingå i urvalet och därför kommer jag att använda mig av ett strategiskt urval. Deltagarna kommer att väljas ut utifrån deras användning av Facebook, ålder och kön eftersom min studie avser att undersöka unga kvinnors upplevelse av att ha ett digitalt jag. Anledningen till att min studie riktar sig mot kvinnor är dels för att det är fler kvinnor än män som ägnar sig åt sociala nätverk, men också för att jag själv är kvinna och behöver komma mina respondenter så nära som möjligt. I min undersökning är det viktigt att respondenterna känner sig trygga och bekväma med mig som intervjuare, vilket jag tror är lättare att uppnå om de kan

identifiera sig med mig som kvinna. Därför har jag valt att utesluta män i min undersökning eftersom jag anser att det kan komma att bli problematiskt för dem att känna sig bekväma och våga öppna upp sig. Tidigare forskning visar på problematiken kring detta. Ett exempel är Joke Hermes studie *Reading women's magazines. An analysis of everyday media use* (1995) där hon beskriver att det var problematiskt för henne som kvinna att intervjua män för att de var för blyga att berätta för henne att de läste kvinnliga magasin (Hermes, 1995:193). Detta exempel handlar om att männen skämdes inför henne över att de läste dessa magasin. Det är inte samma sak i min studie då Facebook riktar sig till båda könen, men jag tror att jag kommer lyckas få djupare information från respondenterna genom att välja kvinnor som befinner sig runt min egen ålder.

4.3.1 URVALSKRITERIER

Kvinnorna ska vara mellan 24-30 år och kontinuerligt använda sig av Facebook. Med kontinuerligt menar jag att man har en regelbunden användning och är väl insatt i Facebook.

Anledningen till att jag valt just detta åldersspann är dels för att de ska befinna sig runt min egen ålder (27 år), men också för att mitt empiriska material endast kommer att bestå av cirka fem intervjuer och jag vill inte att det ska vara för brett åldersspann mellan intervjupersonerna. Jag definierar regelbunden användning till att man loggar in på Facebook minst ett par gånger om dagen och att de har varit aktiva i minst ett år.

Det är viktigt att jag inte har en alltför personlig relation till mina respondenter, men för att ha en chans att hitta lämpliga deltagare kommer jag att ta hjälp av vänner och kolleger i förhoppning om att de kan tipsa mig om lämpliga kandidater.

4.3.2 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT FÖR ATT FÅ TAG PÅ RESPONDENTER

Jag valde att skapa ett event på Facebook där jag beskrev kort om mitt ämne och vad jag avsåg att undersöka (se bilaga 1). Jag bjöd in några av mina vänner och klasskamrater i förhoppning om att de kunde tipsa mig om någon som uppfyllde urvalskriterierna och som de trodde skulle kunna tänka sig att ställa upp. Utifrån detta event fick jag tag i 2 personer. Det var dock svårare än vad jag trodde att hitta respondenter. De personer jag blev tipsade om genom Facebook skickade jag ett separat mejl till och frågade ifall de kunde tänka sig att ställa upp på en intervju. Eftersom jag inte fick ihop tillräckligt antal genom Facebook-eventet tog jag kontakt med en gammal klasskamrat som befann sig på chatten och frågade ifall hon ville ställa upp. De resterande två, som jag behövde för att få ihop till mitt minimum på fem respondenter, tog jag kontakt med via min praktikplats.

Det finns för- och nackdelar med allt, så även här. Två av de intervjuade var kompisars kompisar som jag inte har någon relation till. En person var en gammal klasskamrat, men ingen som jag har någon privat relation till. En av de två personerna som jag fick tag på genom min praktikplats har jag en vänskaplig relation till, men ansåg att det inte skulle hindra mig från att få tillförlitliga intervjusvar. Den andra personen jobbar på samma avdelning som jag praktiserar på, men ingen som jag känner särskilt väl.

Nackdelen med att känna respondenterna är att det finns en risk för att intervjun blir för ”vänskaplig”, fördelen är att personen eventuellt har lättare att slappna av med mig som intervjuare och på så sätt vågar öppna upp sig mer. Då jag har intervjuat personer som jag inte har någon relation till, personer som jag är bekant med samt en som jag har en mer vänskaplig relation till, så anser jag att mitt urval är ändamålsenligt och fungerar för min undersökning. Jag tror att denna blandning snarare kan tillföra något positivt än negativt till min undersökning eftersom denna variation av respondenter kan komma att komplettera varandra bra.

4.3.3 AVGRÄNSNING

Jag kommer inte att lägga fokus på att *jämföra* det digitala jaget med det fysiska jaget, utan det är *upplevelsen* av att ha ett digitalt jag som jag vill komma åt. Även om det skulle vara ytterst intressant med en jämförelse väljer jag att sätta gräns vid enbart upplevelsen då jag anser att avgränsningen möjliggör en större fokus på respondenternas upplevelse av det digitala jaget.

4.4 TILLVÄGÅNGSSÄTT

Jag utförde intervjuerna under en tvåveckorsperiod och parallellt under dessa två veckor transkriberade jag intervjuerna ordagrant.

Jag hade uppskattat att varje intervju skulle ta ungefär en timme att genomföra, men insåg redan efter den andra intervjun att det var svårt att bedöma hur lång tid en intervju skulle ta. Variationen låg på uppåt 20 minuter mellan den kortaste och längsta intervjun och jag ville varken stressa eller hålla kvar respondenterna, så jag lät intervjun ta den tid som behövdes.

Jag upplevde också att det var stor skillnad att intervjua de olika personerna. Den längsta, och förmodligen en av de mest innehållsrika intervjuerna var utförd hemma hos mig. Först trodde jag att detta skulle vara problematiskt för att personen i fråga inte kände mig och dessutom skulle bli intervjuad hemma hos mig. Tvärtom blev denna intervju ett behagligt och ganska så lättsamt samtal och det kanske hade att göra med att vi först satt och pratade lite över en kopp kaffe och att mina hundar eventuellt lättade upp stämningen.

En annan intervju utförde jag i skolan och hade då bokat ett grupprum. Den intervjun upplevde jag blev lite stelare och det var svårt att få respondenten att ge längre och utförligare svar. Enligt min erfarenhet så kändes det som att valet av plats för intervjuerna spelade en stor roll för hur intervjuerna gick.

Jag valde att spela in mina intervjuer med hjälp av min iPhone. Detta verkade inte vara något som störde respondenterna och jag tror att detta berodde på att jag just valde att göra inspelningen via telefonen, för oftast känns det naturligt att ha sin telefon liggandes på bordet.

4.4.1 TRANSKRIBERING

Sammanlagt bestod mitt empiriska material av fem enskilda intervjuer. Jag valde att inte ta hjälp med transkriberingen, eftersom jag ansåg att jag blev mycket mer insatt i mitt material genom att göra det själv. Det var visserligen tidsödande, men för analysens skull ansåg jag att det var till min fördel. En intervju ansikte mot ansikte är så mycket mer än bara ord; ansiktsuttryck, kroppsspråk, tonläge och sammanhang och genom att jag transkriberade intervjuerna vart efter, ibland direkt efter själva intervjutillfället, hade jag allting färskt i minnet och det blev lättare att placera in allt i sitt sammanhang.

Jag transkriberade intervjuerna ordagrant, skrev ut skratt i parentes när någon av respondenterna skrattade, betecknade pauser med tre punkter (...) och valde också att skriva ut ”Eh”, ”Mm” och andra liknande uttryck. Jag tog hjälp av artikeln *Transkribering är en analytisk akt* av Barbro Klein (1990) där hon skriver att transkribering är (som titeln förespråkar) en analytisk akt och ingen mekanisk strävan efter korrekthet (Klein, 1990:44). Hon menar att ordagrannhet inte är någon garanti för att transkriberingen ska fungera som en bra grund till analysen (Klein, 1009:48).

Klein tar upp tre exempel på hur man kan genomföra en transkribering, varpå det första exemplet strävade efter att vara ordagrann, men denna typ av transkribering gör det svårt för läsaren att höra nyanser i tonfall och röstlägen. Det andra exemplet utgick från att överföra talspråk till skriftspråk men resulterar i att muntliga egenskaper kan gå förlorade. Det sista exemplet, en etnopoetisk metod, fokuserar på pausering och dialektspel (Klein, 1990:47-49).

För Klein har den sistnämnda metoden gett ett bra underlag för stilstudier och blivit nyckeln till en förståelse för framförandets struktur (Klein, 1009:51, 52).

Jag hade valt att transkribera mitt material ordagrant, men för att inte utesluta viktig information som pauseringar och tonlägen lyssnade jag igenom intervjuerna en gång till och gjorde anmärkningar

i texten där jag ansåg att pauser, tonlägen och liknande eventuellt kunde tillföra något till min analys. Dock valde jag att skriva om de citat som finns med i denna uppsats till skriftspråk för behagligare och lättsammare läsning.

4.4.2 EMPIRISK ANALYSMETOD

Jag har studerat mitt material från intervjuerna utifrån min teoretiska analysmodell som jag presenterade tidigare (se sid. 29). Jag kommer teoretiskt att utgå från den modellen, men empiriskt kommer jag att analysera mitt material utifrån Moustakas tillvägagångssätt (1994) som redogörs i John W. Creswells artikel *Quality inquiry & research design* (2007) samt de fem stegen som Kvale och Brinkmann tar upp i boken *Den kvalitativa forskningsintervjun* (2009):

1. Läs igenom intervjuerna för att få en uppfattning om helheten.
2. Fastställa meningsenheterna som de uttrycks av intervjupersonerna.
3. Formulera teman för meningsenheterna och tematisera intervjupersonernas uttalanden.
4. Ställa frågor till meningsenheterna utifrån studiens syfte.
5. Knyt ihop de centrala temana (Kvale & Brinkmann, 2009:221-222).

De två tillvägagångssätten har vissa likheter med varandra, då båda metoderna förespråkar att man ska fastställa viktiga uttalanden till meningsbärande enheter (Creswell, 2007:159 & Kvale & Brinkmann, 2009:221). Moustakas tillvägagångssätt skiljer sig därefter genom att man ska skriva en texturbeskrivning av *vad* deltagarna upplevde med fenomenet och sedan en strukturbeskrivning av *hur* de upplevde fenomenet. Därefter skrivs en sammanställning av fenomenet som innehåller de båda beskrivningarna och detta är upplevelsens kärna, eller essens (Creswell, 2007:159).

I min analys har jag valt att utgå från tre relativt tydliga teman (som redovisas i nästa kapitel) som framkom av intervjuerna. Därefter fastställde jag meningsenheterna, genom att plocka ut viktiga citat från min transkribering. Dessa meningsenheter placerades in under respektive tema. Utifrån tematiseringen försökte jag tolka texten om vad de olika uttalandena kunde tänkas ha för betydelse för de intervjuades upplevelse av Facebook. Parallellt med det valde jag att beskriva hur de upplevde fenomenet utifrån de konkreta citaten.

I fenomenologin försöker man undvika att tolka upplevelsen och forskaren ska åsidosätta sin egen förförståelse. Här har jag dock valt att utgå från den hermeneutiska fenomenologin, då den försöker komma åt underliggande faktorer genom att tolka texten.

Genom att jag väljer att både tolka och förklara tror jag att min analys kommer att kunna ge en djupare förståelse för hur respondenterna upplever att ha ett digitalt jag på Facebook.

4.5 VERIFIERING

Verifiering handlar om att redovisa kunskap som är säkrad och verifierad så långt som möjligt (Kvale & Brinkmann, 2009: 79). Detta innebär att man fastställer intervjuresultatets validitet, reliabilitet och generaliserbarhet. Reliabiliteten syftar till resultatets tillförlitlighet och avser att resultatet kan reproduceras vid andra tidpunkter och av andra forskare (Kvale & Brinkmann, 2009:118, 263). Validiteten handlar om intervjustudien undersöker vad den var avsedd att undersöka (Kvale & Brinkmann, 2009:118).

Kvale och Brinkmann menar att valideringen ska genomsyra hela forskningsprocessen, att alla stegen är förnuftiga och försvarbara (Kvale & Brinkmann, 2009:267-268).

Ett problem i intervju kvalitet är huruvida frågorna som ställs är ledande eller inte (Kvale & Brinkmann, 2009:187). Jag har i mina intervjuer strävat efter att inte ställa frågor som skulle kunna uppfattas som ledande, trots att Kvale & Brinkmann skriver om hur ledande frågor inte alltid behöver minska intervjuernas reliabilitet, utan kan istället öka den (Kvale & Brinkmann, 2009:188). Detta var för att jag ville få respondenterna att berätta om *deras* upplevelse av Facebook genom att försöka sätta min egen förförståelse inom parentes. Det var dock inte helt enkelt och ibland upprepade jag respondenternas svar för att få deras uttalande bekräftade. Om det påverkade intervjuens reliabilitet är svårt att säga.

Även transkriberingen är en fråga om reliabilitet och validitet, men eftersom jag själv intervjuade respondenterna och valde att transkribera allt material själv anser jag inte att jag har tappat någon viktig information på vägen.

4.6 ETIK

”Att skriva ut en intervju är förbundet med etiska problem” (Kvale & Brinkmann, 2009:203) och jag valde att använda mig av fingerade namn för att värna om respondenternas konfidentialitet.

Innan jag utförde mina intervjuer berättade jag för respondenterna vad mitt arbete gick ut på och att alla uppgifter inklusive deras namn skulle komma att behandlas helt konfidentiellt. Jag berättade också att jag skulle spela in intervjun på min iPhone, vilket inte verkade upplevas som besvärande för respondenterna. För att inte förstora upp intervjuerna och minska deltagarnas eventuella nervositet talade jag om för dem innan att det inte skulle vara så märkvärdigt. Jag förtydligade att det

inte var något slags test. Jag ville inte att de skulle känna sig obekväma med att berätta om sitt Facebook-användande och jag förklarade att jag själv använder mig av Facebook dagligen.

5. RESULTAT & ANALYS

I detta kapitel kommer jag att presentera studiens resultat och analys utifrån intervjuerna och studiens syfte. Eftersom intervjupersonerna är anonyma kommer inte deras riktiga namn att användas.

Jag har valt att inte dela upp resultatet och analysen i två olika delar utan kommer att utföra min analys parallellt med resultatredovisningen för att det ska bli lättare för läsaren att förstå hur jag har tänkt och gått tillväga i min analys.

Som jag skrev tidigare kommer denna del att utgå från tre teman som är ett slags resultat av de områden som intervjuerna berörde:

1. En förlängning av människan?

Detta tema berör respondenternas upplevelse av sin profil på Facebook och innefattar främst upplevelsen av kroppen och ansiktet.

2. Omvärlden – placering av jaget.

Temat syftar till respondenternas upplevelse av tid och rum på Facebook.

3. Reducerade möten.

Den sista delen i analysen berör respondenternas upplevelse av kommunikationen och interaktionen på Facebook.

Eftersom kommunikationen och interaktionen genomsyrar alla delar av Facebook var det inte helt lätt att dela upp analysen efter dessa tre teman. Det kommer därför att märkas att de olika temana flyter ihop med varandra i min analys, vilket var oundvikligt att frånga. Detta visar också på hur komplext sociala medier som Facebook också är.

5.1 EN FÖRLÄNGNING AV MÄNNISKAN?

McLuhan skriver om hur tekniken har blivit en slags förlängning av människan, där olika kommunikationsformer är en utbyggnad av vår kropp och våra sinnen (McLuhan, 1964/1994:242 & 1964/2001:35). Till exempel så fungerar telefonen som en utbyggnad av örat, eller hjulet som en utbyggnad av foten (McLuhan, 1964/2001:305, 59).

Eftersom sociala medier är en slags hybridisering mellan olika medier och kommunikationsformer fungerar de inte som en förlängning av en specifik kroppsdel eller sinne, utan snarare som en förlängning av *hela* människan och dess sinnen.

I studien framkom det att respondenternas upplevelse av att ha en profil på Facebook var tudelad. Dels på grund av de begränsningar som respondenterna upplevde med framställningen av sin profil, men också att den fungerade som en förlängning av dem själva genom att de kunde kommunicera och interagera med andra över tid och rum.

5.1.1 ÖKAD RÄCKVIDD & EN DEL AV DEN FYSISKA VERKLIGHETEN

Att Facebook upplevdes som en förlängning av respondenterna själva handlar dels om att plattformen möjliggör en synlighet av det digitala jaget över tid och rum; bilden av dem själva som de förmedlar genom Facebook är inte beroende av tiden eller en gemensam geografisk plats. I studien visade sig detta genom att samtliga respondenter använde sig av Facebook för att kommunicera med såväl nära som avlägsna vänner (både socialt och geografiskt), men också i yrkesrelaterade sammanhang.

Jag använder Facebook till att vårda mitt kontaktnät lite grann också, i och med att jag ändå jobbar i en bransch just nu där det faktiskt handlar om... alltså ändå sättet man får jobb på och är via kontakter och hålla dem uppdaterade hela tiden (Anna, 25 år)

Annas citat visar på hur Facebook är en del av den fysiska verkligheten då hon använde Facebook till att upprätthålla fysiska jobbkontakter. Genom att Facebook är en del av den fysiska verkligheten sträcker sig profilen utanför de digitala gränserna och tränger sig in i det analoga livet och tvärtom. Detta gör att Facebook fungerar som en förlängning av respondenternas fysiska jag.

Det blir lite varför ska hela världen veta det? Det är ju inte hela världen, men det blir ju lite så. Jag är kompis med hur många som helst som jag knappt känner och jag vet faktiskt inte riktigt varför jag är det. Jag borde rensa, men jag har inte gjort det. Vissa blir jag vänner med enbart via jobbet. Eller som med lärare varför ska dom se sådana saker? Det blir bara konstigt (Lina, 27 år).

Linas citat visar tydligt på den ökade räckvidden och synligheten som Facebook möjliggör. Respondenterna tog även en del viktiga beslut genom Facebook, vilket ytterligare visar på att deras profil var en del av den fysiska verkligheten och således också en förlängning av dem själva. Det framkom också genom att respondenternas digitala jag till stor del hade ersatt kommunikationen ansikte mot ansikte och att de genom Facebook kunde ta del av vad andra gjorde i den fysiska världen.

Enligt Merleau-Pontys teorier kring kroppsfenomenologi (1945/2006) kan vi inte separera vår fysiska kropp från den värld vi lever i och om vi inte heller kan, i enighet med Sundén (2002), separera vår fysiska kropp från den digitala kroppen, så skapas mening i mötet mellan *både* det kroppsliga och digitala jaget och världen. Detta innebär att varseblivningen är en dialog mellan både de kroppsliga *och* det digitala jaget och den levda världen, eftersom respondenterna upplevde att deras digitala jag var en förlängning (om än begränsad i vissa avseenden) av deras fysiska jag.

Att se Facebook som ett redskap som möjliggör en förlängning av jaget innebär att användarna också bildar sig en förståelse för hur redskapet fungerar, men också för de möjligheter och begränsningar som finns. Vidare leder detta till att användarna också inser sina egna möjligheter och begränsningar.

Vissa väljer att ha sin Facebook jätteprivat, men jag har någon slags kombination där. Om jag bara skulle ha jobb så skulle jag tycka att det var pinsamt och lägga upp bilder när man är ute eller festar eller något (Lina, 27 år).

Jag har gjort grupper som heter ”ej status” och ”ej bilder” och så lägger jag folk där som till exempel min förra VD för den finns ingen anledning att han ska se när jag är ute och festar eller myser med någon, eller vad som helst (Sofia, 30 år).

Genom att respondenterna insåg möjligheter, men också begränsningar med Facebook, (både när det kom till tekniken i sig, men också till sina egna begränsningar) så skapade de mening med hjälp av Facebook. Mening som de inte kunde separera från deras fysiska kropp och deras medvetande, eftersom deras digitala jag är beroende och präglas av den sociala och kulturella kontexten de lever i. På så sätt blev deras Facebook-profil en del av den fysiska verkligheten.

5.1.1.1 TEJNIKEN TALAR ÅT DEM

McLuhans begrepp ”The medium is the message” (1964) syftar på att det inte är mediernas specifika innehåll, utan dess tekniska form som är viktig; om vilka samhälliga förändringar nya medieformer för med sig. Självklart är medieinnehållet också viktigt, men det McLuhan vill få oss att förstå är att mediernas tekniska former har en stor inverkan på individens kollektiva varseblivning (Dahlgren i McLuhan 1964/2001:9). Medierna ger oss makten att öka vår räckvidd, men McLuhan menar att den överskuggas av den makt som medierna utövar över oss. Han vill få människan att inse att tillkomsten av nya medier får avgörande konsekvenser på vårt sätt att tänka och vår sinnliga upplevelsevärld (Hörnqvist, 2002:4).

Även Thompson (1995/2001) talar om mediernas makt och menar att den medierade jagbildningen blir alltmer beroende av ett mediesystem utanför vår kontroll och kallar detta för ”det medierade beroendets dubbelbindning” (Thompson, 1995/2001:266).

Studien visade att respondenterna dels upplevde en förlängning av sig själva, men att tekniken också bidragit till sociala och kulturella förändringar genom att vara en naturlig del i deras vardag.

Facebook och dess teknik gör det möjligt för användarna att ta del av vad som händer och sker runt omkring dem (över tid och rum) och respondenterna upplevde att tekniken talade om för dem vad som skedde i den fysiska världen. På så sätt sträckte sig räckvidden av deras digitala jag till att vara en del av verkligheten.

Ja, för man får ju dåligt samvete om man inte svarar på vissa mejl på ett tag, för nu ser ju han att jag har varit inne men inte svarat. Eller om man har glömt att gratta någon och den vet ju att man har varit inne på Facebook, för man ser ju det på sidan där (Mathilda, 24 år).

Folk pratar ju om saker på Facebook och nu har det här och det här bestämts och så kanske man inte visste om det och då undrar folk varför man inte har kollat det. Är man inte med på Facebook så blir man ju inte inbjuden på saker. Man blir utanför. Är man inte aktiv och kollar sina inbjudningar och sånt då missar man saker, för det är där saker händer (Lina, 27 år).

Det primära med Facebook är inte innehållet utan (som bland annat dessa två citat visar) tekniken bakom. Tekniken gör det möjligt för användarna att hålla sig uppdaterade om andra människor och se vad som händer. Detta har lett till sociala och kulturella förändringar som dels visade sig genom att respondenterna upplevde ett utanförskap om de inte använde Facebook. En konsekvens av denna förändring kan relateras till Thompsons ”medierade beroendets dubbelbindning” (Thompson, 1995/2001:266) då respondenterna upplevde att de blev alltmer beroende av att kolla sin Facebook. På så sätt var respondenterna beroende av Facebook som mediasystem. Ett mediasystem som de inte har någon kontroll över.

Turkle hävdar att vi blir alltmer sammanflätade med tekniken och med andra människor genom tekniken och menar att datorn kan erbjuda människor ett inbillat sällskap (Turkle, 1995/1997:26, 36). Facebook fungerar som en plattform där respondenterna har allting samlat. På så sätt fungerar Facebook som en slags påminnelse eller uppdatering av vad som händer i det fysiska livet, allt från vad användarnas vänner gör eller befinner sig till att tala om när någon fyller år eller blivit tillsammans med någon. Med andra ord blir användarna mer och mer sammanflätade med tekniken och med andra människor genom tekniken och detta gjorde att respondenterna upplevde att tekniken talade åt dem.

5.1.3 SJÄLVSTYMPNING

Enligt McLuhan är varje teknik en utbyggnad av våra fysiska kroppar, men han menar också att dessa utbyggnader är en slags ”självstympning” som verkar förlamande på oss (McLuhan, 1964/2001:58, 62). Om McLuhans resonemang om självstympning skulle appliceras på Facebook skulle det innebära en självstympning av mer eller mindre hela människan, då Facebook är ett medium som innehåller flera olika tekniker och kommunikationskanaler. Människan är en social varelse som kommunicerar och interagerar med andra genom sina organ och sinnen. Självstympningen skulle innebära att vi blev mindre beroende av att kommunicera och interagera med andra människor ansikte mot ansikte, men desto mer beroende av mediet (Facebook).

Även här blir Thompsons resonemang om ”det medierade beroendets dubbelbindning” (1995/2001:266) relevant eftersom McLuhans teori om självstympning skulle innebära ett större beroende av Facebook som mediasystem.

Det som framkom i studien var att respondenterna uttryckte en form av beroende, de kände att de var tvungna att gå in på Facebook. Det kan relateras till deras upplevelse av att tekniken talade åt dem om vad som skedde i det fysiska livet.

Jag känner att jag måste gå in på Facebook för att, inte privat, men mer jobb, så känner jag att jag måste göra det. För alla projekt man har, dom är på Facebook, så dom måste man hålla i kontinuerligt. Sen tror jag också att jag är så aktiv för att det är så sjukt bra marknadsföring, och det är där allt händer (Lina, 27 år).

Man har lättare kontakt med folk som man inte skulle ha kontakt med och det är roligt att se vad folk gör och vad de håller på med. Det negativa är att man blir sämre på att hålla kontakten på riktigt... jag vet redan vad Lena gjort så jag kanske ringer henne en gång mindre... tror jag. Det är inte alls samma sak, men man känner inte samma behov av att ringa och kolla (Sofia, 30 år).

Jag vet ju att man kan ju få tag på mig så. Jag finns ju (skratt) på riktigt också! Det är mitt eget behov av att kunna ta kontakt med folk eller förmedla det jag vill (Sara, 24 år).

Respondenterna upplevde ett minskat behov av att kommunicera ansikte mot ansikte genom att Facebook bland annat möjliggjorde en ökad räckvidd av deras synfält (då de kunde se vad avlägsna andra gjorde). Däremot upplevde de också en begränsning av synfältet genom att de ansåg att deras profil på Facebook var tvådimensionell och platt och inte var helt och hållet representativ för dem.

Min profil på Facebook är bara en eller två delar av mig medan jag är så himla mycket mer (Anna, 25 år).

Jag har kommit på mig själv några gånger att när man haft en viss typ av uppdateringar eller en viss typ av foton har ramlat in ganska tätt en period så ser det ut att det är det som händer (Sara, 24 år).

Det blir lite dubbelt. Ibland vill man framställa sig på ett sätt och ibland orkar man inte. Man orkar inte tänka på det hela tiden (Lina, 27 år).

Det respondenterna såg på Facebook, eller på skärmen, var en förlängning av deras synfält, men också en begränsning av densamma. Till viss del kan man utgå från McLuhans teorier om självstymning (1964/2001) eftersom respondenterna blev mindre beroende av kommunikationen ansikte mot ansikte, men desto mer beroende av kommunikationen på Facebook. Däremot var synfältet både utvidgat och begränsat. Respondenterna upplevde begränsningar med sin profil och hur de kunde framställa sig själva. Det innebär att McLuhans teori om självstymning inte är helt fungerande på Facebook eftersom den visuella perceptionen blev både självstympad och förlängd. Det kan ha att göra med att Facebook som plattform är en slags hybrid mellan det som Thompson (1995/2001) kallar för medierad interaktion och medierad kvasiinteraktion. Själva profilen som användarna skapar på Facebook är till största delen monologisk och mer ”statisk”⁶ medan resten av medieplattformen är dialogisk. En annan anledning kan vara att det aldrig går att ersätta en fysisk person utifrån text och bild. Det som användarna ser på skärmen är endast en platt, tvådimensionell bild av någon, vilket gör att den visuella perceptionen av dem själva blir begränsad.

Ytterligare en faktor kan vara att det digitala jaget fungerar som en del av den fysiska verkligheten och blir då begränsad av de sociala och kulturella koder som finns i respondenternas livsvärld. Detta understryker Sundéns teorier (2002) om att det inte går att skilja den fysiska kroppen från den digitala kroppen.

5.1.4 ANSIKTSUPPLEVELSE

Turkle (1995/1997) menar att Internet har kommit att bli en plats där människor kan laborera med olika jagkonstruktioner och det framkom i intervjuerna att samtliga respondenter upplevde att det var skönt att kunna gömma sig bakom sin digitala profil på Facebook. På så sätt kunde de presentera sig själva utifrån ett mer exemplariskt jag. Det visade sig bland annat genom att respondenterna endast la upp bilder på sig själva som de var nöjda med.

⁶ Profilen på Facebook är, som allt annat digitalt material, inte statisk. Det jag menar här är att informationen som finns på användarnas profiler inte ändras i samma takt som övrigt material på Facebook. Den är även begränsad av bestämda kategorier som användaren kan välja att fylla i om sig själv.

Det känns bra att man kanske kan ha en liten uppputsad version av sig själv (Anna, 25 år).

Det är skönt att man gömmer sig lite bakom det man har valt, den bilden man har valt (Sara, 24 år).

Det känns naturligt att när jag lägger till kolleger och chefer eller vad det nu kan vara på Facebook, då känns det också naturligt att tänka till två gånger över vad man skriver (Anna, 25 år).

Respondenterna konstruerade ett jag som inte helt och hållet stämde överens med deras fysiska jag. På så sätt bildade de sig distans till deras Facebook-jag. Att de höll en viss distans gjorde dem mindre sårbara i relation till andra eftersom det på så sätt blev lättare att ignorera eventuella negativa kommentarer.

Att respondenterna upplevde det positivt att kunna gömma sig bakom sitt digitala, exemplariska jag visade sig bland annat då en av respondenterna berättade om när hon hade provat på videosamtal på Facebook.

Det är skönt. Det är jätteskönt. Om man vill chatta eller skriva. Det är väl bekvämt. Men däremot testade jag och en kompis det här videosamtal. Hon låg i soffan, och ljuset föll på fult, och man såg konstig ut. Så den kommer jag nog inte använda hur som helst! Den kommer jag verkligen inte använda och se ut hur som helst (Sofia, 30 år).

Man skulle kunna likna Facebook vid en ansiktsupplevelse eftersom det är främst genom synen som användarna percipierar sin omgivning på Facebook. Vad respondenterna upplevde som snyggt och tilltalande är präglad av den sociala och kulturella kontexten de lever i. Det blev tydligt att de konstruerade sitt jag utifrån denna ansiktsupplevelse som de ville skulle framställas tilltalande.

Trots att respondenterna själva valde hur de ville framställa sig själva upplevde de att det var jobbigt att hela tiden bli sedda, särskilt om de gick utöver den gängse putsade fasaden som de hela tiden ansträngde sig för att upprätthålla.

I studien visade det sig att respondenternas jagkonstruktion på Facebook inte var helt överrensstämmande med deras fysiska jag. De valde att konstruera ett jag som kunde liknas mer vid en bättre version av dem själva.

Turkle (1995/1997) menar att vi konstruerar olika jag på Internet, men det är oklart ifall detta går att göra sig gällandes på Facebook. Jag tror snarare att man konstruerar *ett* jag som däremot är olik sitt fysiska jag. Oftast representerar användarna sig själva (och inte någon annan eller en karaktär) eftersom Facebook har kommit att bli mer offentligt och används i yrkesrelaterade sammanhang.

Av den anledningen är det nödvändigt att användaren representerar sig själv, men av samma anledning är den representationen oftast framställd i en positivare bemärkelse.

5.1.5 KROPPSLIG PERCEPTION

Turkles menar att det inte längre handlar om vad datorn göt *åt* oss, utan vad den gör *med* oss (Turkle, 1995/1997:27). Att se det på det sättet handlar om att datorn är mer än bara ett verktyg. Detta kan jämföras med McLuhans begrepp ”The medium is the message” (1964) då båda syftar till vad tekniken gör med oss.

En naturlig reaktion för samtliga respondenter var att de alla skrattade för sig själva framför skärmen då de läste ett roligt inlägg, eller såg en rolig video på Facebook. Några av dem liknade detta vid att skratta till en vanlig film eller läsa en rolig bok. De upplevde inte detta som någonting konstigt, utan tyckte snarare att det kändes naturligt.

Det kommer ju bara automatiskt. Det känns inte konstigare än att man läser en rolig bok och man skrattar för sig själv. Okej, det kanske är lite pinsamt när man skrattar för sig själv på tunnelbanan, men det är det väl för allt annat också (Lina, 27 år).

Det är roligt att skratta framför skärmen. Det är som att läsa en bok eller ett blogginlägg (Sofia, 30 år).

Man gör ju det så ofta, så jag har inte tänkt på det. Det känns naturligt (Sara, 24 år).

Sociala medier är ett komplext fenomen som dels fungerar som ett redskap för att göra saker *åt* oss, men också *med* oss. Facebook var en naturlig del i respondenternas vardag, och blev således en förlängning av dem själva. Detta indikerar på att Facebook fungerade dels som ett verktyg för respondenterna, men också att tekniken i sig hade förändrat deras sätt att förhålla sig till datorn (i och med att de upplevdes naturligt att skratta framför den). Turkles resonemang bör vidareutvecklas en aning för att kunna appliceras på sociala medier. Det ena behöver inte utesluta det andra och jag vill hävda att sociala medier som Facebook både gör saker *åt* och *med* oss.

Åt oss för att Facebook möjliggör kommunikation över tid och rum på ett enkelt och bekvämt sätt. *Med* oss för att Facebook har kommit att bli en naturlig del i vardagen, vilket visade sig genom att respondenterna kunde skratta framför skärmen. Det handlar därför inte längre om vad datorn gör *med* oss utan vad den gör *med* och *åt* oss.

5.2 OMVÄRLDEN – placering av jaget

Respondenterna beskrev å ena sidan Facebook som ett verktyg eller en funktion (som dels gjorde saker åt dem, men också med dem), men å andra sidan som en plats att vara på. Det framkom att de dels använde rumsliga metaforer (som kom oprovocerat): avlopp, galleria, svettigt och mycket folk, men också genom att de upplevde Facebook som en slags ”visitkortsvärld”. Det visade sig också att de upplevde att Facebook hade en egen tid som gick även om de inte var där.

5.2.1 RUMSLIGA METAFORER - i eller på skärmen?

Turkle menar att vi blir alltmer sammanflätade med tekniken och ställer sig frågan ifall vi lever våra liv på skärmen eller i skärmen (Turkle, 1995/1997:26). Ingen av respondenterna uttryckte rakt ut att Facebook var en plats eller ett rum där de befann sig, men trots det framkom det att de ändå upplevde Facebook som en egen plats som de kunde besöka.

I slutet av varje intervju frågade jag respondenterna hur Facebook skulle lukta ifall det hade en doft. Genom att förklara någonting utifrån ett sinne som man egentligen inte förknippar eller använder med fenomenet, så var min tanke med denna fråga att få ut vad respondenterna tyckte och kände om Facebook, fast med andra ord. Som jag skrev i mitt metodkapitel så ville jag försöka nå respondenternas upplevelse genom att låta dem skildra sin erfarenhet på olika sätt och jag tyckte att detta kunde vara ett intressant sätt att försöka komma åt deras upplevelse av Facebook.

När respondenterna frågades ifall de upplevde Facebook som en plats att vara på, var det ingen som svarade att de upplevde Facebook som en egen plats, eller som ett rum. Däremot visade deras svar på hur Facebook skulle lukta eller smaka på motsatsen.

En av respondenterna svarade att Facebook skulle lukta avlopp.

Det e ju lite av en slasktratt. Folk som bara, såhär, spyr ut alla sina känslor och tankar och allting (Anna, 25 år).

Jag frågade henne också vad Facebook skulle smaka och fick samma svar även där, avlopp. Då frågade jag vidare ifall det fanns saker som smakade bättre än andra:

Det beror på om man ser skvaller som någonting positivt och bra, men det kan ju vara dåligt skvaller: att mitt ex är in a relationship med en annan tjej kanske inte jag blir så glad över, och då smakar det ju inte bra. Eller så kan det vara så att mitt ex nya tjej har blivit tjock – det smakar ju bra (skratt). Det beror ju helt på ens egna, fula, avundsjuka tankar man har inom sig själv inför varje sak. Sen kan man

exempelvis... jag vill inte ha barn, och en kompis som jag tycker väldigt mycket om har fått barn, och jag tycker det är jättekul för henne, jag gläds verkligen åt henne, och de är bra. Men jag känner avsmak själv inför tanken av å få barn, och det smakar ju illa (skratt) (Anna, 25 år).

Citatet ovan visar på att Facebook är en plats där det händer saker. När användaren går in där finns det massor av saker att ta del av, vilket visar på att Facebook inte upplevdes som ett tomt rum, utan snarare som en offentlig plats. En plats där användarna själva kan välja ifall de vill stå i ett hörn och viska hemligheter för sina närmsta vänner, spana in andra eller mingla med arbetskamraterna.

Sara svarade att Facebook skulle lukta svett för att det var så mycket folk där och alla stod och trängdes i samma rum. Hennes upplevelse av Facebook var också av en mer rumslig karaktär och när hon var inloggad kände hon även till viss del att hon var *där*. Hennes upplevelse av Facebook kan liknas vid ett socialt virtuellt rum.

Sofia tänkte sig att Facebook skulle lukta som i en galleria för att det var så stort och med mycket folk. Hennes svar påminde lite om Saras; mycket folk som stod och trängdes i samma utrymme. Däremot var Sofias doftbeskrivning aningen positivare:

Det kanske skulle lukta som i en galleria eller någonting. Det är så stort och så mycket folk. Skulle folk få bestämma skulle det bara lukta lite vin och lite cigaretter och lite sommar, med tanke på vad folk skriver och lägger upp för bilder (Sofia, 30 år).

Sofias beskrivning av Facebook var också av en mer rumslig karaktär, där andra valde ut vad de ville dela med sig av i rummet. Hennes upplevelse av Facebook var att det inte var en korrekt bild av verkligheten, men en del av den, då hon var medveten om att andra bestämde vad de vill publicera.

Respondenternas upplevelse av att vara på Facebook var tudelad. Dels genom att de talade om att de satt *framför* skärmen, vid tangentbordet, när de kollade sin Facebook, men också att de till viss del var *där inne* på Facebook.

Det blev som en uppdelning av kropp och sinnen, där kroppen befann sig kvar vid tangentbordet, men där deras sinnen hade förflyttat sig in på Facebook.

Turkles fråga ifall vi lever våra liv i eller på skärmen (Turkle, 1996/1997:26) blir svår att ställa till sociala medier som Facebook då respondenterna dels upplevde att de var där (i skärmen) med sina sinnen, men att de rent kroppsligt befann sig framför (på) skärmen. Man borde snarare ställa sig frågan *hur* vi lever vårt liv *genom* skärmen/datorn.

5.2.2 "VISITKORTSVÄRLD"

Respondenterna upplevde att det var positivt att de själva kunde välja hur de ville framställa sig på Facebook. Det gjorde att de också var medvetna om att andra användare också valde hur de ville framställa sig. En konsekvens av detta blev att tron på andras självpresentationer minskade.

Men det är väl mer om man går in på någon okänd, man ska luska lite vem det är, och så ser man att den bara har snygga bilder så tänker man: gud vilken snygg person! Men det kanske inte är så egentligen, utan att man bara lägger upp de snyggaste bilderna. Därför tycker jag om att det ligger både lite halv-fula och fina bilder på min, det blir mer en verklig bild än någon som bara lägger upp modellbilder. Då blir man snarare besviken i verkligheten. Det är från person till person hur de vill måla upp sig. Vissa har ju skitsnygga bilder bara (Lina, 27 år).

Man väljer ju ut, speciellt när man tar bort bilder som man inte vill ha, så väljer man ju ut hur man vill representera sig själv. Men jag är inte så jätte-noga med hur jag själv ser ut just på alla bilderna, mer med vad jag gör. Men det blir väl lite skevt egentligen (Mathilda, 24 år).

Man lägger ju bara ut det man vill. Det andra, det tråkiga, det privata, det finns ju inte där förhoppningsvis. Det är nog mer den bilden man vill. Hur kul är det att lägga ut att man bråkar om disken. Även om man aktivt försöker att inte dölja någonting så blir det att man gör det (Sofia, 30 år).

Lina visade på en negativ upplevelse av att befinna sig i en slags "visitkortsvärld", samtidigt som hon vägrade att underkasta sig den ytliga representationen genom att hon försökte visa en större del av sitt jag.

Respondenterna upplevde Facebook som en snygg värld (visitkortsvärld) att vara i. De tyckte att det var behagligt att befinna sig på ett ställe där alla var snygga och perfekta samt att de själva kunde presentera sina snyggare sidor. Dock upplevde de också denna värld som något negativt eftersom de var medvetna om andras framställning av sig.

Visitkortsvärlden kan ses som ett resultat av ansiktsupplevelsen (avsnitt 5.1.4). Respondenterna valde att framställa sig själva i mer positiv bemärkelse där det visuella intrycket spelade en stor roll. På så sätt upplevdes Facebook som en "ytlig" värld som egentligen inte berättade särskilt mycket om en person.

5.2.3 FROZEN MOMENTS

Sundén (2002) skriver om hur det digitala materialet, som är i ständig förändring och reproducering, till viss del kan fixeras. När användarna lägger upp en bild på Facebook så har den till en viss del fixerats (eller registrerats) och ovissheten om vem som har sett den, sparat den eller delat den vidare gjorde att respondenterna upplevde en viss maktlöshet på Facebook.

Respondenterna valde att tagga av bilder som de inte ville synas på och om bilden var riktigt hemsk bad de personen som lagt upp den att radera den.

För att jag vill liksom på något sätt säga att det är okej. Oftast taggar ju folk människor, men blir inte jag taggad, det finns säkert jätte-många bilder som jag inte vet om. Den tanken, när man tänker på det... Det kanske ligger massa bilder, eller jag vet att det ligger massa bilder som jag inte är taggad på eller som jag har taggat av mig själv från för länge sen, men som kanske är väldigt synliga för att någon annan är taggad eller för att det ligger ett album hos en person som har väldigt, väldigt många vänner... Nej jag tycker att, det känns faktiskt lite jobbigt ibland, det tycker jag (Sara, 24 år).

Bilderna ligger ju fortfarande där. Du kan ju göra ett album med mig och jag kan tagga av dom bilderna, men dina vänner ser fortfarande mig på dom där bilderna, och det tycker jag är jättejobbigt. Det kan ju vara folk jag inte känner alls som ser dom där. Men sen tycker jag på något sätt att dom positiva sakerna väger över, annars skulle jag inte använda Facebook alls. Jag tycker det är en rolig grej. Det är kul att se vad andra gillar också, samtidigt. Det där är så dubbelt (Lina, 27 år).

Medvetenheten om att en bild till viss del kunde fixeras, även om den raderades (då den med stor sannolikhet hunnit setts av någon) gjorde att respondenterna upplevde att de inte hade fullständig kontroll över vad för bilder och information som fanns tillgängliga om dem på Facebook. På så sätt minskade också kontrollen över vad för bild de visade utåt och ovissheten om vad andra skapade för uppfattning om dem ökade. För att hantera detta höll respondenterna en viss distans till sitt jag på Facebook och skapade medvetet en fasad som de kunde gömma sig bakom.

De digitala minnena har enligt van Dijck (2007) suddat ut gränserna mellan det privata och offentliga och gjort det enklare att sprida dem på ett helt annat sätt (van Dijck, 2007:172). Hon menar att det är mediet i sig som är själva upplevelsen, inte dess teknologi eller budskap (van Dijck, 2007:75). I studien visade det sig att respondenternas upplevelse av de digitala minnena på Facebook upplevdes både negativt och positivt.

Ja det var en av de första anledningarna till att inte la upp någonting över huvudtaget, för jag kände inte att jag ville det. Samtidigt känner jag att det är negativt att inte ha någon kontroll men det är också skönt att ha det samlat någonstans där det är lättillgängligt. Även om man har det på datorn, min dator har precis gått sönder och dom bilderna som var där är ju borta (Mathilda, 24 år).

Mina bilder, det har varit mitt val, men dom bilder jag inte lagt upp... det känns orättvist. Usch, det är obehagligt faktiskt. Det finns så otroligt mycket som ligger där. Och just det här med att inte ha kontroll (Sara, 24 år).

Respondenternas upplevelse av de digitala minnena som finns på Facebook visar hur viktigt det är att ta till sig van Dijcks begrepp om att mediet är upplevelsen. Upplevelsen säger mer om mediet än självaste innehållet eller tekniken.

Respondenterna upplevde att Facebook hade en egen tid och att de missade massor av saker om de inte kollade sin Facebook regelbundet.

Jag tror det bara är någon.. alltså först för att, alltså ha koll. Jag har många grupper där jag måste vara aktiv för att det bestäms beslut och sådant. Det bestäms inte beslut längre på telefon eller SMS utan det är på Facebook. Och är man inte inne där så har man missat jättemycket sen när man kollar dagen efter (Lina, 27 år)

Man är med, liksom, man är uppdaterad. Sen är inte jag den som vill synas så mycket på Facebook, för jag håller inte på med statusuppdateringar... väldigt, väldigt sällan, men jag tror att jag någonstans har något behov av att se vad andra gör... Jag vill ändå vara där och se vad som händer, sen kan jag själv gärna gömma mig lite, men ha lite koll (Sara, 24 år).

Genom att respondenterna upplevde att tiden gick på Facebook så är Facebook således en plats där man är eller inte. Rädslan för att missa en massa saker tillsammans med nyfikenheten av vad andra hade för sig var de största anledningarna till att respondenterna kände att de var tvungna att kolla sin Facebook hela tiden.

Det är nog väldigt stressande. Jag har tagit bort att det plingar till i mobilen, för det störde mig och jag kände att jag var tvungen att titta (Sara, 24 år).

Jag kan bli irriterad på mig själv. Det är ingen som kräver att jag ska vara tillgänglig, men jag kan bli irriterad på mig själv att jag håller på och tittar hela tiden. Att mer, släpp det (Sofia, 30 år).

Man blir utanför Är man inte aktiv och kollar sina inbjudningar och sådant, då missar man saker, för det är där saker händer (Lina, 27 år).

En konsekvens av detta var att Facebook hade kommit att bilda ett slags beroende hos tre av respondenterna. De uttryckte inte att de var beroende, men några berättade att de aktivt försökte att inte vara aktiva på Facebook periodvis, eller vid olika tillfällen under dagen. Detta visade indirekt på att de ändå upplevde detta beroende som en aning besvärande. Deras beroende kan också kopplas till Thompson (1995/2001) och McLuhans (1964/2001) teorier om att vi blir mer beroende av medierna.

Den pågående tiden på Facebook förstärktes av live-feeden som gör att användarna kan se vad andra gör i realtid.

Först tyckte jag att den var jättejobbig: gud ska alla se exakt nu vad jag kommenterar om andra. Men nu störs jag inte alls på det (Lina, 27 år).

Live-feeden passar bra in på Sundéns (2002) begrepp *Frozen moments*. Hon drar en liknelse vid att man inte kan göra något sagt osagt. Live-feeden kan mycket väl ses som det talande ordet eftersom informationen man lägger upp på Facebook kan ses av andra användare i realtid.

5.3 REDUCERADE MÖTEN

Användarna på Facebook konfronteras av mängder med information och kommunikation, vilket kan leda till vad Thompson kallar för ”symbolisk överbelastning”. Detta leder till att användarna blir mer selektiva i sitt val av material (Thompson, 1995/2001:267), något som också kom fram i undersökningen. Respondenterna var dels selektiva i *vad* de ville synliggöra och för *vem*. De valde även ut vilken information de ville ta del av. Ett exempel på detta var att de oftast förbisåg uppdateringar och events från företag och organisationer.

Först är det mina närmsta vänners. Om jag till exempel ser att tre av mina bästa vänner har likat någonting, då förstår ju jag att den är intressant och går in och kollar på den. Eller om flera stycken har gått med på någonting, en inbjudan, att dom ska gå på en fest, då blir jag också: vad är det där för rolig fest? Sen om någons skriver något roligt. Det som jag missar ofta är när klubbar skriver, då scrollar jag ner (Lina, 27 år).

Det är lätt att fokusera sig på mediebudskapets symboliska innehåll och på så sett bortse från den komplexa samling sociala förhållanden som ligger bakom produktionen och spridningen av dessa budskap (Thompson, 1995/2001:20). Det märktes att respondenterna var styrda av sociala och kulturella normer och koder även på Facebook. Detta bekräftar Sundéns (2002) teorier om att vi inte kan separera våra fysiska kroppar från den digitala kroppen eftersom den präglas av den värld vi lever i (Sundén, 2002:73).

Några av respondenterna uttryckte att Facebook-kommunikationen hade resulterat i att de hade tappat lite av den mer ”värdefulla” kommunikationen, som till exempel att ha en direkt kommunikation ansikte mot ansikte. Å andra sidan ansåg de istället att de hade bättre kontakt med människor som de annars aldrig skulle ha haft kontakt med.

En av respondenterna sa att Facebook hade gjort att hon ringde sina nära vänner mer sällan, eftersom hon kunde se vad de gjorde på Facebook. I och med det hade hennes behov av att ringa till dem minskat. Detta indikerar på att hon upplevde en reduktion av kommunikationen på Facebook; för henne räckte det med att ha koll på vad hennes vänner gjorde genom Facebook.

Respondenterna upplevde att kommunikationen på Facebook var tekniskt reducerad eftersom de inte kunde använda sig av kroppsspråk, ansiktsuttryck eller tonfall. Detta gjorde att de kände att det var lättare med missförstånd på Facebook.

Det kan ju verkligen bli negativt, speciellt i hur man uppfattar när folk skriver saker, för tonen och kroppsspråket är så fruktansvärt viktigt i kommunikationen och jag vet själv att jag (skratt) bråkat med folk när jag inte ens menat någonting illa (Mathilda, 24 år).

En strategi som samtliga respondenterna använde sig av för att försöka överbrygga denna tekniska reduktion var att de använde sig av olika typer av symboler, som till exempel smileys. En av kvinnorna berättade att hon var med i en dejtingsajt och att hon kände att hon var tvungen att använda smileys och symboler för att det skulle synas vad hon menade. Genom att använda smileys ville hon försöka undvika missförstånd.

Men trots användningen av symboler fanns det en medvetenhet kring att kommunikationen ändå kunde tolkas fel.

En mening kan ju tolkas på många olika sätt. Jag vet ju hur jag tolkar en smiley... Det är klart man är medveten om det att det kan bli väldigt fel (Sara, 24 år).

Det finns ju massa funktioner man kan använda: smileysar eller hjärtan eller sådant där. Men det är som med SMS, det kan ju uppfattas helt beroende på hur man själv mår. Om du är arg och jag skriver någonting som är lite, ja jag vet inte vad, men då kan du ta det helt annorlunda än om du är glad (Lina, 27 år).

Respondenterna var väldigt medvetna om att kommunikationen på Facebook var något speciellt och det märks att de upplevde denna typ av kommunikation som knepigare än den fysiska kommunikationen. Det visade sig genom att de aktivt utformade strategier för att överbrygga eventuella missförstånd.

Respondenterna upplevde också att kommunikationen på Facebook var socialt och känslomässigt reducerad, att den var styrd av sociala och kulturella koder. Sofias citat på sidan 50 visar på hur styrda användarna är av dessa koder. Hon menar att alla kanske inte aktivt försöker dölja något men

gör det ändå. Det speglar på att det finns normer på vad som är outtalat accepterat och inte på Facebook.

Jag har kommit på mig själv några gånger att när man haft en viss typ av uppdateringar eller när en viss typ av foton har ramlat in ganska tätt en period eller så, så ser det ut att det är det som händer. Det vet man ju själva att man har tänkt om andra: ah gud vad hon bara babblar om TV, är det de enda hon gör? Hon uppdaterar om en massa TV-program var och varannan dag, då blir det som, okej, hon bara kollar på TV hela tiden, och så tänker man vad ger jag för bild då? Den är ju inte rätt, liksom, absolut inte (Sara, 24 år).

Eftersom respondenterna kände att de var tvungna att anpassa sig efter de outtalade normerna på Facebook upplevde de en begränsning med kommunikationen. Trots den reducerade kommunikationen upplevde respondenterna att det var enkelt och bekvämt att kommunicera med andra genom Facebook.

Och det är smidigt att få tag på folk man inte känner. Man kan skriva et mejl till någon som man inte är så bra vän med. Sen så är det så himla enkelt och lätt att prata med sina vänner genom Facebook (Lina, 27 år).

Positivt är att jag kan ha mycket kontakter på ett å samma ställe, ha dom samlade. Jag har tillgång till information om vad de gör nu och kan upprätta direktkontakt, och det ser jag som väldigt positivt. Speciellt i mitt yrke där det är snabba puckar hela tiden och då är Facebook effektivt (Anna, 25 år).

De positiva aspekterna med kommunikationen överskuggade de negativa aspekterna. Reduceringen av kommunikationen upplevdes som negativ, men inte som något större problem eftersom respondenterna hittade olika strategier för att överbrygga dessa.

5.5 SAMMANFATTNING

Eftersom jag valde att redogöra min analys parallellt med resultatredovisningen tänkte jag sammanfatta vad jag kommit fram till utifrån mina tre frågeställningar som utgör syftet med min undersökning.

- **HUR UPPLIVER KVINNOR SIN PROFIL PÅ FACEBOOK? – *Kropp och ansikte***

Kvinnorna i min undersökning upplevde att deras profil på Facebook dels fungerade som en förlängning av dem själva, men att den också var begränsad.

Förlängningen visade sig dels genom den ökade räckvidden i kommunikationen, men också genom att de upplevde sitt digitala jag som en del av den fysiska verkligheten. Till exempel så tog de yrkesrelaterade beslut genom Facebook. De upplevde också att tekniken talade åt dem vad som skedde i det fysiska livet, vilket också blev en del av förlängningen.

Trots den ökade räckvidden upplevde kvinnorna en begränsning med sin profil. Dels socialt, men också visuellt. De kände att deras profil endast visade vissa delar av dem.

- **HUR UPPLEVER KVINNOR OMVÄRLDEN PÅ FACEBOOK? – *Tid & rum***

Genom rumsliga metaforer visade det sig att kvinnorna upplevde Facebook som en plats, eller ett rum som de kunde besöka. Dock kände dom att de satt rent kroppsligt *framför* skärmen, men deras sinnliga perceptionen befann sig *inne* på Facebook. De upplevde också Facebook som en slags ”visitkortsvärld” där användarna representerade sig själva utifrån en mer exemplarisk bild. Det framkom också att kvinnorna kände att Facebook hade en egen tid som rullade på även om de inte var där. Tidsperspektivet visade också på att Facebook upplevdes som en egen plats (eller eget rum) eftersom de kände att de missade saker om de inte var där.

- **HUR UPPLEVER KVINNOR MÖTET MED ANDRA PÅ FACEBOOK? – *Kommunikation och interaktion***

Kommunikationen och interaktionen på Facebook upplevdes som känslomässigt begränsad, dels av tekniken men också av de sociala koder som styr över vad som är accepterat och inte på Facebook.

Respondenterna upplevde att risken för misstolkningar och missförstånd var större när de kommunicerade på Facebook. De använde sig av olika strategier för att försöka undvika detta, dels genom att använda sig av symboler, som exempelvis smileys, när de kommunicerade, men också att de var mer restriktiva och tänkte till en gång extra innan de publicerade något. Detta är kopplat med den synlighet och exponering som Facebook tillhandahåller och i och med att användandet har gått från att vara privat till att bli mer och mer yrkesmässigt gör respondenterna hela tiden aktiva val i sitt användande.

Utöver de begränsningar som upplevdes hade respondenterna en positiv inställning till kommunikationen på Facebook och ansåg att den var bekväm.

6. SLUTDISKUSSION

Den snabba tillväxten av medierat symboliskt material har skapat nya förutsättningar för jagbildningen. Denna utveckling gör att vi blir mer beroende av system som vi har relativt liten kontroll över, något som Thompson kallar för ”det medierade beroendets dubbelbindning” (1995/2001:266). Ju mer jagbildningsprocessen berikas av medierade symboler, desto mer blir jaget beroende av ett mediesystem som ligger utanför dess kontroll. Facebook är ett exemplariskt exempel på detta eftersom det erbjuder användaren en mängd medierade symboler, inte minst genom att mediet innehåller flera olika kommunikationskanaler. Detta gör, i McLuhans anda, att Facebooks påverkan på oss blir väldigt stark och därför är det viktigt att skapa sig en förståelse för detta fenomen.

Min ambition med denna studie var att försöka undersöka och förstå unga kvinnors upplevelse av att ha ett digitalt jag på Facebook utifrån tre frågeställningar. Genom att analysera resultaten från intervjuundersökningarna i termer utifrån hur kvinnorna upplevde de tre olika aspekterna av det digitala jaget anser jag att jag har lyckats besvara mitt syfte med denna undersökning.

Ett återkommande tema i analysen var hur det digitala jaget fungerade som en förlängning av kvinnornas fysiska jag. Denna utvidgning skulle kunna ses som en förstärkning av respondenternas positiva sidor eftersom de var selektiva i vilka bilder och vad för information de valde att lägga upp på Facebook. Man skulle kunna likna Facebook vid en scen där användarna agerar inför en publik. Som ett resultat av de alltmer utsuddade gränserna mellan privat och offentligt ville de dock inte uppträda alltför ofta på denna scen. Detta visade sig genom att de bland annat inte statusuppdaterade särskilt ofta, eller att de inte ville vara för privata på Facebook, men också i selektiviteten av den information som de publicerade. Ett resultat av detta blev att kvinnorna upplevde Facebook som en slags ”visitkortsvärld” som mer och mer kommit att handla om att marknadsföra sig själv.

I det stora hela var kvinnornas upplevelse övervägande positiv. Då majoriteten av mitt urval skedde genom Facebook samt att ett av urvalskriterierna var att de regelbundet skulle använda sig av Facebook var det heller inte konstigt att upplevelsen av Facebook var överhängande positiv.

6.1 HUR KAN MAN FÖRSTÅ UPPLEVELSEN AV FACEBOOK SOM FENOMEN?

Människan är en social varelse som ständigt söker efter kommunikation på ett eller annat sätt. Det är bara att blicka tillbaka i historien. Utveckling av kroppsspråket, skriftspråket och det verbala språket utvecklades inte av en slump, de utvecklades på grund av ett kommunikativt (och förmodligen socialt) behov. Då blir det inte svårt att förstå mediernas popularitet och dess roll för människan.

Det är inget undantag att Facebook har tagit vår generation med storm. Plattformen är i ständig rörelse och kan ses som en hybrid, eller en kedja som sammanlänkar flera kommunikationsformer med varandra och som erbjuder enskilda individer att bredda sin sociala exponering på ett enkelt sätt.

Utgår man från McLuhans teorier (1964/2001) innebär det att Facebook har en kraftig inverkan på samhället och människors liv, vilket också framkom i studien. Ett exempel var hur gränserna mellan det privata och offentliga alltmer har flyttats och suddats ut. Det visade sig också att kvinnorna upplevde att de inte kunde skilja Facebook från verkligheten. Det fanns en medvetenhet om hur de själva och andra konstruerade sina digitala jag, och därför upplevde de till viss del att Facebook inte gav en korrekt bild av någon. Däremot upplevde de att det som hände på Facebook också hände i verkligheten, inte minst genom att tekniken talade om för dem vad som skedde ute i den analoga, fysiska världen.

6.1.1 EN TVÅDIMENSIONELL UPPLEVELSE AV DET DIGITALA JAGET

Hela jag-upplevelsen (som innefattar alla tre dimensioner) på Facebook kan sammanfattas som en tvådimensionell upplevelse. Dels som en visuell upplevelse som visade sig genom att kvinnorna kände att de själva och andra användare på Facebook oftast framställde sig själva snyggare, men också att jaget upplevdes som platt och begränsad.

Den andra dimensionen var den kulturella upplevelsen som framkom genom att kvinnorna kände att de behövde upprätthålla en perfekt fasad på Facebook. En anledning till detta kan ha att göra med att Facebook har gått från att vara en privat arena till att bli alltmer yrkesmässig och offentlig. Det märktes att respondenterna kände att det inte alltid var helt enkelt att skilja dessa två arenor åt, men de använde sig av olika strategier för att försöka hålla isär dem genom att bland annat inte publicera information som de kunde tänkas synliggöra "för hela världen" (Lina, 27 år, sid. 40).

6.2 SVÅRIGHETER MED STUDIEN

Jag måste medge såhär i slutet att det inte har varit problemfritt att undersöka upplevelsen av fenomenet Facebook. Det har varit otroligt intressant, men också väldigt svårt, särskilt då den fenomenologiska metoden inte har varit lätt att sätta sig in i.

Jag upplevde en viss problematik kring att tematisera analysen utifrån dessa tre aspekter då kommunikationen och interaktionen på Facebook genomsyrar hela plattformen, såväl profilen som omvärlden. Det var även något som jag tyckte var svårt genom hela mitt arbete då olika kategorier eller teman oftast var sammanflätade med varandra på ett eller annat sätt.

Jag upplevde även en del svårigheter med intervjumetoden. Dels för att jag inte har någon erfarenhet sen tidigare, men också för att jag märkte att vissa frågor blev svåra för respondenterna att svara på. Jag märkte att de ofta undvek att svara utifrån sig själva, utan svarade oftast med ”man”. Kanske berodde det också på att de inte ville blotta sig själva alltför mycket. Detta gjorde det svårare för mig att komma åt deras specifika upplevelse, men eftersom jag valde att ha en relativt ostrukturerad intervjumetod kunde jag i vissa fall be dem förklara ytterligare, omformulera eller förklara min fråga.

6.3 KOMMANDE FORSKNING

Den ökade sociala exponeringen som Facebook möjliggör påverkar användarna och resultatet av de effekter som kommunikationen kan få. Kvinnorna i studien var medvetna om de positiva och negativa effekterna (möjligheterna och begränsningarna) av Facebook som verktyg, men desto mindre medvetna om hur Facebook påverkade deras fysiska jag. Det vore därför intressant för kommande forskning att undersöka hur effekterna av att ha ett digitalt jag påverkar det fysiska jaget.

Det vore också intressant för vidare forskning att studera upplevelsen av sociala medier i stort eller jämföra upplevelsen av olika sociala medier. Eftersom syftet med min uppsats var att undersöka unga kvinnors upplevelse av att ha ett digitalt jag på Facebook så har jag inte undersökt de strategier som de använde sig av för att balansera mellan de alltmer utsuddade gränserna mellan privat och offentligt. Det vore väldigt intressant att ta del av en sådan studie och se närmare på vilka strategier användarna tar till och varför. Kanske finns det en skillnad mellan den yngre generationen som är uppvuxna med Internet och den äldre i vilka strategier de använder?

6.4 SLUTORD

En upplevelse är aldrig fixerad utan är i ständig förändring och påverkas av sociala och kulturella förhållanden. McLuhan (1964/2001) menar att det är tekniken som omformar vårt samhälle, men man får inte glömma att samhället och kulturen också präglar mediet och dess innehåll. Det visade sig inte minst genom den kulturella upplevelsen av det digitala jaget. Kvinnorna kände att de var tvungna att till viss del upprätthålla en perfekt fasad. Denna fasad är inget som tekniken helt kan stå till svars för, utan det handlar mer om samhällets sociala och kulturella normer och värderingar som tar sig till uttryck på sociala medier. Dock har denna fasad säkerligen till stor del att göra med de utsuddade gränserna mellan privat och offentligt som tekniken resulterat i, men dessa utsuddade gränser är trots allt också en konsekvens av sociala och kulturella normer för vad som anses accepterat och inte.

Sociala medier är ett komplext fenomen och mycket ligger i van Dijcks uttryck om att mediet inte är budskapet, mediet är *upplevelsen* (van Dijck, 2007:75).

7. REFERENSER

Tryckta källor

- Bengtsson, Jan (1988/2001) *Sammanflätningar. Husserls och Merleau-Pontys fenomenologi*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos AB.
- Birkler, Jacob (2008) *Vetenskapsteori*. Nacka: Repro AB.
- Creswell, John W. (2007) *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches, 2nd edition* i Sage Publications. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Hermes, Joke (1995) *Reading women's magazines. An analysis of everyday media use*. Cambridge: Polity.
- Hyldegaard, Kirsten (2006) *Vetenskapsteori – en grundbok för de pedagogiska ämnena*. Stockholm: Liber AB.
- Klein, Barbro (1990) *Transkribering är en analytisk akt* ur *Rig*, nr 2.
- Kvale, Steiner & Brinkmann, Svend (2009) *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- McLuhan, Marshall (1964/1994) *Understanding media: The Extension of Man*. London: The MIT Press.
- McLuhan (1964/2001) *Media*. Avesta: Pocky/Ordförlaget Tranan.
- Merleau-Ponty, Maurice (1945/2006) *Kroppens fenomenologi*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos AB.
- Negroponte, Nicholas (1995) *Leva Digitalt*. Stockholm: Bonnier.
- Fredlund, Anna Petronella i Orłowski, Aleksander & Ruin, Hans (1996) *Fenomenologiska perspektiv. Studier i Husserls och Heideggers filosofi*. Stockholm: Thales.
- Sundén, Jenny (2002) *Material virtualities. Approaching Online Textual Embodiment*. Linköpings universitet: Unitytryck.
- Thompson, John B (1995/2001) *Medierna och moderniteten*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos AB.
- Turkle, Sherry (1995/1997) *Leva online*. Stockholm: Nordstedts Förlag AB
- Van Dijck, José (2007) *Mediated memories in the Digital age*, Stanford: Stanford University Press

Elektroniska källor

- Carlshamre, Staffan (1998) *Filosofiska frågor: äventyr i tankens värld*. (en längre version av kapitel 6: *Hur möter vi verkligheten?*) *Fenomenologi – försök till en pedagogisk översikt*. Utbildningsradion. Tillgänglig: <<http://people.su.se/~snce/filer/FenomenologiKapitel.pdf>> (2011-11-10).
- Facebook-faq *Facebooks historia*. Tillgänglig: <http://facebook-faq.se/facebook_historia/facebook_historia.htm> (2011-11-17)
- Facebook.com, *Factsheet*. Tillgänglig: <<http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet>> (2011-11-17).

- Facebook Ads (2011). Tillgänglig: <<http://www.facebook.com/ads/create/>> 2012-01-03).
- Findahl, Olle (2011) *Svenskarna och Internet 2011* från internetstatistik.se i samarbete med .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) Tillgänglig: <<http://www.iis.se/docs/SOI2011.pdf>> (2011-11-26).
- Gunnarsson, Ronny (2002) *Fenomenologi*. Tillgänglig:
<<http://infovoice.se/fou/bok/kvalmet/10000009.shtml>> (2011-12-27)
- Hörnqvist, Mikael (2002) *Nya media och fallet sokrates* Tillgänglig:
<<http://www.idehist.uu.se/distans/ilmh/Ren/soc04.htm>> (2012-01-17)
- Nationalencyklopedin *Medvetande* Tillgänglig: <<http://www.ne.se/lang/medvetande>>
(2011-11-23)
- Nordicom Internetbarometer (2009) Tillgänglig:
< http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/323_internetbarometer2009.pdf>
(2011-11-15).
- Nordicom Internetbarometer (2010) Tillgänglig:
<http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/340_ibar2010.pdf> (2011-11-14).

BILAGA 1 - INFORMATIONSBREV

Facebook:

Hej,

jag håller just nu på att skriva min kandidatuppsats i medie- och kommunikationsvetenskap och söker personer som kan tänka sig att delta i en intervju.

Min uppsats handlar om att vara digital och jag kommer undersöka unga kvinnors upplevelse av att ha en digital identitet på Facebook.

Jag undrar ifall någon har en vän eller känner någon som kan tänka sig att ställa upp? Det är viktigt att jag inte har en nära relation till dem jag ska intervju.

Kriterierna för att kunna delta i en intervju är att man är kvinna och mellan 24-30 år och använder Facebook kontinuerligt.

En intervju tar uppskattningsvis mellan 1-1,5 timme och jag är flexibel vid val av plats. Antingen sker intervjun hemma hos mig eller så kan jag komma hem till den som ska bli intervjuad (alt. offentlig plats ifall det är att föredra).

Intervjuerna kommer att spelas in och alla deltagarna kommer att vara anonyma.

Då jag är student kan jag dessvärre inte ge någon ekonomisk ersättning för dem som ställer upp, men kan däremot erbjuda ett smycke från Linda Ulfsson för den som är intresserad.

Jag kommer att behöva genomföra ca 5-7 intervjuer.

Vid frågor är det bara att kontakta mig här på Facebook eller mejla till: linda.a.ulfsdotter@gmail.com.

Vänliga hälsningar, Linda

BILAGA 2 -INTERVJUGUIDE

Inledande frågor

- Facebook-användningen
- Profilen

Mötet med andra

- Kommunikationen; statusuppdateringar, chatten, meddelanden, wallen
- ”Gilla”
- Bilder
- Vilken typ av information man tar del av
- Grupper och sidor

Omvärlden

- Upplevelsen av att kommunicera på facebook till skillnad från i den fysiska världen
- Kommunikation över tid: känsla och förväntningar

Attityd

- För- och nackdelar med Facebook
- Påverkan
- Varför man använder Facebook

Uttryck och känslor

- Känslor
- Vad man gör och inte gör på Facebook
- Samvete
- Prestation
- Lagrat material

Fysiskt

- Att skriva med fingrarna
- Kommunikation utan kroppsspråk

Sinnen

- Hur gör man sig hörd på Facebook och hur låter Facebook?
- Hur det känns att befinna sig i en ”värld” utan lukt och smak?
- Facebook som doft

BILAGA 3

	Kommunikation	Interaktion	Kropp & ansikte	Tidsupplevelse	Rumslig upplevelse
Thompson (1995/2001)					
"Det medierade beroendets dubbelbindning"	X	X	X	X	X
"Symbolisk överbelastning"	X	X			
Interaktionstyper	X	X		X	X
McLuhan (1964/1994/2001)					
Förlängning av människan & självstympning			X		
Turkle (1995/1997)					
Olika jag-konstruktioner			X		
"I eller på skärmen?"					X
Sundén (2002)					
Frozen moments				X	
Digitala kroppen begränsad av kulturen			X		
Van Dijck (2007)					
Digitala minnen				X	

”Även om livet online inte ger oss
några enkla svar ger det oss nya linser
genom vilka vi kan undersöka
samtida komplexiteter**”**

(Turkle, 1995/1997:286)