



Kristin Solheim Jacobsen

Hvordan er ungdommers bruk av sosiale medier påvirket av normer?

Et kvalitativt studie av ungdommers erfaringer ved bruk av Facebook, Twitter og Instagram

Masteroppgave i sosiologi

Trondheim, våren 2014



Masteroppgave i SOS3901
Kristin Solheim Jacobsen

”Hvordan er ungdommers bruk av sosiale medier påvirket av
normer?”

- et kvalitativt studie av ungdommers erfaringer ved bruk av Facebook, Twitter og Instagram



Masteroppgave i Sosiologi
Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU
Våren 2014

Forsidebilde er lastet ned fra: <http://hildewibe.blogspot.no/>

Forord

Når siste punktum nå er satt i min akademiske karriere, er det med både stolthet og vemod at fem fantastiske år i Trondheim går mot slutten. I løpet av de fem årene har jeg vært igjennom ti frustrerende eksamensperioder, utallige liter kaffe og lange dager på lesesalen. Samtidig er det minnene skapt sammen de fantastiske menneskene jeg har blitt kjent med, som har gjort årene på Dragvoll til de beste i mitt liv.

Først og fremst vil jeg takke Berit Skog, som gjennom dyktig veiledning og uvurderlige tilbakemeldinger har bidratt til at jeg nå leverer master med en god følelse. Du er alltid imøtekommende, og ditt gjentagende spørsmål ”And so what?” har presset meg til å strekke meg lenger, bruke litt mer tid og formulere litt kortere setninger. Dette har hjulpet oppgaven til å bli mer forståelig for andre, og ikke minst for meg selv.

En takk må også gå til mine informanter, som velvillig og interesserte stilte opp og svarte på mine spørsmål. Studien hadde ikke vært mulig å gjennomføre uten dem, og jeg er dypt takknemlig for deres åpenhet og gode mottagelse.

Jeg vil også takke kull 08 av lektorstudentene til å ha gjort skolehverdagen lysere med morsomme pauser, upassende samtaler og mye latter. Min studietid hadde heller ikke vært det samme uten de fantastiske menneskene jeg har blitt kjent med på Studentersamfundet og UKA. Takk for de sene kveldene, engasjementet og vennskapene.

En takk går også til mine kjære venner i Bergen, som alltid tar imot meg med entusiasme og gleder når jeg kommer hjem. På tross av gjentatte (og ikke oppfylte) lovnader om at jeg snart kommer hjem, har dere aldri holdt det imot meg men heller vært lyspunkter i hverdagen med humørfylte telefonsamtaler. Det er derfor med glede at jeg endelig ”kommar hem te dokkar”!

Sist men ikke minst vil jeg takke min fantastiske foreldre. Takk mamma og pappa fordi dere alltid har hatt troen på meg, og stilt opp for meg. Og takk til min kjære bror, Anders, som har tatt seg tid til å se igjennom oppgaven. Jeg er utrolig glad i dere!

Trondheim, juni 2014

Sammendrag

Denne studien undersøker hvordan ungdommers bruk av sosiale medier er påvirket av normer. Dybdeintervju med åtte informanter på 16 og 17 år er grunnlaget for studiet. Informantene ble stilt spørsmål angående deres egne og andres handlinger i bruk av Facebook, Twitter og Instagram. Studiens analysekapittel tar for seg tre undertemaer:

1) Ungdommenes normerte bruk av sosiale medier diskuteres gjennom å se på deres bruk av statusfeltet på Facebook, "Tweets" på Twitter og publisering av bilder på Facebook og Instagram. Manuel Castells (2010) er brukt som utgangspunkt for å se på ungdommenes bruk av de sosiale mediene. Pierre Bourdieu ([1979] 2005) sine begreper om sosiale felt belyser hvordan ungdommene beskriver forskjellen i normer. Goffman ([1959] 1992) sin teatraliske metafor med inntryksstyring, opptreden og fasade er også aktuell. Anthony Giddens (1991) sitt begrep om det refleksive selv er trukket inn for å se på ungdommenes endrede handlingsmønstre ut fra normene.

2) Sosialt hierarki i bruk av sosiale medier blir tydelig gjennom antall og bredden av ungdommenes nettverk. I tillegg er antall "likes" og tilbakemeldinger en kilde for ungdommene for å få bekreftelse på egen og andres popularitet. Gjennom å sammenligne seg med andre får ungdommene et inntrykk av hvor populære de er. Goffmans ([1963] 2009) begreper om sosial og faktisk identitet, er sammen med Bourdieu ([1979] 2005) og Tapscott mfl. (2000) sine begreper omkring sosial og digital kapital relevante angående sosialt hierarki. I tillegg er Charles Horton Cooley (2009) aktuell med "looking-glass self".

3) Nettmobbing er i studien satt i sammenheng med normer ut fra hvordan ungdommene ser på både dem som blir mobbet digitalt, i tillegg til de som utfører den digitale mobbingen. Ungdommene ønsker verken å bli sett på som mobbeoffer eller som en som mobber andre digitalt. Goffmans ([1963] 2009) begrep stigma er aktuell for å se på hvordan ungdommene omtaler offer og mobber. Bourdieu (1979] 2005) er aktuell ved å se på hvordan nettmobbing blir satt i sammenheng med en persons sosiale kapital. Informantene mener at nettmobberer er en person med lite nettverk og få venner. Sjalousi og misunnelse blir oppgitt som grunner til at de ønsker å mobbe andre. Mobbeofferet har ifølge informantene to ulike forklaringer. Enten vil en persons dårlige rykte forfølge dem i deres bruk i sosiale medier, eller så kan man bli et tilfeldig offer for andre sitt vrede.

Ungdommene uttrykket at det var klare regler for hvilke handlinger man kunne, og ikke kunne, gjøre på de respektive sosiale mediene. Normene påvirker både hvordan ungdommene bruker de sosiale mediene i tillegg til at det påvirker hvordan de ser på andre som ikke følger normene. Studien viser også at normene er ulike innenfor de sosiale mediene.

Innholdsfortegnelse

1.0 INNLEDNING	1
1.1 FAGLIG BEGRUNNELSE AV TEMA UT FRA TIDLIGERE FORSKNING	2
1.1.1 MANUELL CASTELLS - NETTVERKSSAMFUNN	2
1.1.2 SONIA LIVINGSTONE – TRENDER OG NORMER I UNGES BRUK AV SOSIALE NETTVERK	3
1.1.3 PAUL DIMAGGIO ET.AL -”SOCIAL IMPACTS OF THE INTERNET”	4
1.1.4 ELISABETH STAKSRUD – DIGITAL MOBBING	5
1.2 UNGES BRUK AV SOSIALE MEDIER	6
1.3 REDEGJØRELSE FOR SOSIALE MEDIER	8
1.4 SOSIALE NORMER	10
1.5 STUDIENS TEMA OG PROBLEMSTILLING	10
1.6 STUDIENS OPPBYGNING	11
2.0 TEORETISK TILNÆRMING	13
2.1 PIERRE BOURDIEU	13
2.1.1 KAPITALBEGREPER	14
2.2 ERVING GOFFMAN – VÅRT SKUESPILL TIL DAGLIG	15
2.2.1 INNTRYKSKONTROLL I FASADE	16
2.2.2 STIGMA	18
2.2.3 TILSYNELATENDE OG FAKTISK SOSIAL IDENTITET	18
3.0 FORSKNINGSMETODISK TILNÆRMING	19
3.1 KVALITATIVT INTERVJU	19
3.2 DATAGRUNNLAG	19
3.3 UTARBEIDELSE AV INTERVJUGUIDE OG PRØVEINTERVJU	21
3.4 DATAINNSAMLING	22
3.5 REFLEKSJONER RUNDT FORSKERROLLEN	23
3.5.1 TRANSKRIBERING OG KODING	24
3.6 VURDERING AV DATAS KVALITET	25
3.6.1 RELABILITET	25
3.6.2 VALIDITET	26
3.6.3 GENERALISERING	26
4.0 PRESENTASJON OG DRØFTING AV RESULTATER	27
4.1 UNGDOMMERS BRUK AV SOSIALE MEDIER	27
4.1.1 HVA UNGDOMMENE BRUKER DE SOSIALE MEDIENE TIL	29
4.2 NORMER I BRUK AV STATUSFELTET PÅ FACEBOOK	30
4.2.1 ”TWEETS” PÅ TWITTER	33
4.2.2 NORMER VED UTVELGELSE AV BILDER PÅ FACEBOOK OG INSTAGRAM	36
OPPSUMMERING	39
4.3 SOSIALT HIERARKI I BRUK AV SOSIALE MEDIER	40
4.3.1 HVEM INNKLUDELER INFORMANTENE I SINE DIGITALE NETTVERK?	40
4.3.2 KAN ET HØYT ANTALL KONTAKTER OG ”LIKES” TYDE PÅ EN HØY POSISJON INNENFOR DET SOSIALE HIERARKIET?	42
4.3.3 OPPFATTELSE AV SOSIALT HIERARKI VED Å SAMMENLIGNE SEG MED ANDRE	45
OPPSUMMERING	47
4.4 NETTMOBBING	48
4.4.1 INFORMANTENES OPPFATTELSE AV OG TANKER OMKRING NETTMOBBING	48
4.4.2 INFORMANTENES EGNE OPPLEVELSER AV NETTMOBBING	50
4.4.3 HVEM ER MOBBEOFFER, OG HVORFOR BLIR DE MOBBET DIGITALT?	52
4.4.4 INFORMANTENES STIGMATISERENDE SYN PÅ MOBBERNE	54

OPPSUMMERING	56
5.0 AVSLUTNING	57
5.1 TEMA OG DATAGRUNNLAG	57
5.2 HOVEDFUNN OG DATAGRUNNLAG	57
5.3 TEORETISK DISKUSJON	59
5.4 VIDERE FORSKNING	60
LITERATURLISTE	I
TABELLER	V
VEDLEGG	VI
VEDLEGG 1: INTERVJUGUIDE	VI
VEDLEGG 2: GODKJENNELSE FRA NSD	X

1.0 Innledning

I denne studien vil jeg ta for meg hvordan ungdommers bruk av sosiale medier er påvirket av normer. Ungdommer bruker stadig mer tid på sosiale medier, og ifølge en publisert undersøkelse i regi av Medietilsynet (2012) går i gjennomsnitt 3 timer og 42 minutter av ungdommenes våkne timer med til dette hver dag. Markeds- og mediainstituttet (2013) sine tall fra 2013 viser at over 95 % av ungdom bruker Facebook, Instagram og Twitter daglig. Påvirkningen sosiale medier kan ha på ungdom, blir tilstedighet trukket frem i media og er en del av samfunnsdebatten. Artikkene tar for seg alt fra hvordan unge får dårlig selvtillit i bruk av sosiale medier (Lykkebø Hafsaas 2014), til at de er bidrar til at ungdommene er mer sosiale enn før (Wallace 2013). Mediene og samfunnets opptatthet av ungdom og sosiale medier fokuserer ofte på hvilke uheldige følger bruken kan ha, noe også tidligere forskning har vist kan være tilfelle (Livingstone 2008). Innenfor sosiologisk forskning er det imidlertid også blitt fokusert på at vi må se nærmere på hvordan de sosiale mediene er en: "...arena med egne spilleregler og egne muligheter" (Haugseth 2013). Og det er disse spillereglene, eller normene, jeg vil se nærmere på i denne studien. Hvordan ungdommer vurderer og omtaler egen og andre sin bruk av sosiale medier vil derfor være i fokus gjennom problemstillingen: "Hvordan påvirker normer ungdommers bruk av sosiale medier?"

Manuell Castells (2010) omtaler hvordan fremveksten av internett har ført til at mennesker forholder seg til hverandre på en annen måte en tidligere. De sosiale mediene gir ungdommene mulighet til å interaksjonere, bygge nettverk og fremstille seg selv gjennom bilder og skriftlige oppdateringer (¹boyd & Ellison 2007). Hvordan vi begrunner og forholde oss til de ulike handlingsmulighetene samfunnet legger opp til vil avhenge av hvilke felles forestillinger vi har omkring hva som er forventet av oss (Goffman [1959] 1992). Hvordan vi velger å forholde oss til forventningene andre har til våre handlinger vil ifølge Pierre Bourdieu ([1979] 2005) igjen kunne bidra til at våre muligheter til å benytte oss av fordeler senere. Både Goffman og Bourdieu omtaler samfunnets og gruppers normer som avgjørende for individet med tanke på et vellykket handlingsmønster, og vil derfor bli brukt som teoretisk utgangspunkt i denne studien. Bourdieu sine kapitalbegreper sammen med Goffmans begrep

¹ danah boyd staver fornavn og etternavn med småbokstaver på grunn av personlige og politiske årsaker: <http://www.danah.org/name.html>

omkring stigma vil kunne gi et innblikk i hvilke fordeler eller eventuelle ulemper normene kan ha for ungdommene når de bruker de sosiale mediene.

Unge er utsatt for risiko i sitt bruk av de sosiale mediene, hvor deres identitetsskapelse og sosiale bånd med andre står i fare for å bli skadet (Livingstone 2008). En av risikoene unge blir utsatt for er nettmobbing som kan få store følger for ungdommene både i deres nåværende situasjon og i fremtiden (Staksrud 2013, Olweus 2012). Utestengelse, uthening og trakassering er eksempler på nettmobbing som vil være svært skadelig for ungdom ifølge Staksrud (2013) og Olweus (2012). De sosiale mediene kan på den andre siden ha en positiv påvirkning på individets nettverk. DiMaggio mfl. (2001) er opptatt av hvordan bruk av internett kan føre til at individet utvider sin bekjentskapskrets og forsterker de sosiale båndene de allerede har.

Hvordan ungdommene handler etter og forholder seg til riktig og feil bruk av de sosiale mediene, kan dermed sies å ha stor påvirkning på hvilke konsekvenser bruken vil ha for dem. I denne studien vil jeg se nærmere på: ”Hvordan påvirker normer ungdomers bruk av sosiale medier”.

1.1 Faglig begrunnelse av tema ut fra tidligere forskning

Grunnlaget for hvorfor det er faglig relevant å forske på unges bruk av sosiale medier vil først og fremst bygge på en argumentasjon omkring hvordan de teknologiske fremskrittene og tilgangen til internett påvirker våre liv. Jeg vil starte med å presentere Manuell Castells (2010) og hans syn på nettverkssamfunnet. Deretter vil jeg ta for meg tidligere forskning angående hvordan ungdom forholder seg til sosiale medier gjennom å se på forskning fra Sonia Livingstone (2008), Paul DiMaggio mfl. (2001) samt Elisabeth Staksrud (2013) og Olweus (1994, 2012). Den tidligere forskningen vil bli brukt for å se nærmere på hvilke undertema som vil være fruktbare for å forstå hvordan normer påvirker unges bruk av sosiale medier.

1.1.1 Manuell Castells - Nettverkssamfunn

”The information technology revolution, because of its pervasiveness throughout the whole realm of human activity, will be my entry point in analyzing the complexity of the new economy, society and culture in the making” (Castells 2010:5)

Avsnittet over er en introduksjon til Castells argumentasjon for viktigheten og relevansen av teknologi i dagens samfunn. Fordi teknologien overtar stadig større deler av menneskelig aktivitet, og det er derfor viktig å se nærmere på de teknologiske redskapene vi tar i bruk i hverdagslivet når vi forsker på menneskelig aktivitet. Internett og andre teknologiske hjelpemidler er så viktig i dag at han omtaler at vi lever i "the information age", *informasjonsalderen* (Castells 2010: 4). I dag foregår sosial kontakt i stadig større grad gjennom de teknologiske og virtuelle hjelpemidlene. Dette har ført til at det er helt avgjørende for samfunnsmedlemmer å ta i bruk de digitale verktøyene, for å henge med i den sosiale utviklingen. I tidligere tider skapte medlemmene mening og erfaringer i sitt liv med personene de møtte ansikt-til-ansikt. I dag gjør den virtuelle virkeligheten at vi kan kommunisere med mennesker selv om vi ikke er fysisk sammen med dem, og dette har forandret grunnlaget for kommunikasjon og samhandling.

Men hvordan ser tidligere forskning på påvirkning de teknologiske hjelpemidlene, og da særlig tilgangen på sosiale medier, har for unge i dag? Jeg vil nå presentere en studie av Sonia Livingstone som har sett nærmere på hvordan normer og trender i unges bruk av sosiale medier påvirker deres oppfattelse av seg selv og andre.

1.1.2 Sonia Livingstone – Trender og normer i unges bruk av sosiale nettverk

I artikkelen "Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression" starter Sonia Livingstone (2008) med å skissere opp hvordan forskning på unge i en lang forskningstradisjon har vært fokusert på deres selvpresentasjon og identitetsskaping. Livingstone skriver at i den sen moderne tiden står ungdom foran nye og mer komplekse utfordringer i bruk av sosiale medier. Utfordringene går ut på at hvordan de presenterer seg og handler på de sosiale mediene kan få stor påvirkning på hvordan de unge utvikler sitt eget selvilde. Mulighetene som de sosiale mediene skaper for å presentere seg på ulike måter blir brukt forskjellig av ulike aldergrupper av barn og ungdom. En av artikkelens hovedfunn er at det er en klar forskjell på hvordan de yngste og de eldre ungdommene utformer sine personlige profiler, og at ungdommen går gjennom ulike faser i forhold til sosiale medier. De yngste er opptatt av å oppdatere sine profiler med nye bilder og personifiserende elementer, i tillegg til at de er lite selektive i forhold til hvem de innlemmer i sitt nettverk. De eldre ungdommene er ifølge Livingstone mer opptatt av: "... expressing a notion of identity lived through authentic relationships with

others” (Ibid:408). Dette gjenspeiles i hvordan eldre ungdommer er mer selektive ovenfor hvem de innlemmer i sitt kontaktnettverk og har strengere personlige innstillinger. De strenge personlige innstillingene sørger for at de eldre ungdommene kan kontrollere hvem som har innsyn i deres profil, og dermed beskytte sitt eget privatliv. Livingstone forklarer dette med at de ungdommene som i stor grad tillater bred innsyn i sine private profil og som oppdaterer svært intim informasjon, vil oppleve en større risiko for å oppleve ubehagelige hendelser online. De ubehagelige opplevelsene online kan føre til forvirring i eget selvbilde og utestengelse fra grupper eller enkeltpersoner.

Livingstone (2008) konkluderer med at ungdom i sitt bruk av sosiale medier er utsatt for risiko for forvirring en periode i livet hvor de skal danne sin identitet og selvbilde. Likevel poengterer Livingstone at ungdom ikke er så tankeløse og ubegrensede i sin bruk av sosiale medier og at: *”Deciding what not to say about oneself online is, for many teenagers, an agentic act to protect their identity and their spaces of intimacy”* (Ibid:409). I barn og unges identitetsskapelse vil det derfor være en kalkulert overveielse fra deres side om hvor åpen eller eventuell lukket de ønsker å være på sosiale medier.

Hvordan ungdom utformer sine profiler vil dermed kunne si noe om hvilke normer de forholder seg til i sitt bruk av de sosiale mediene. Som et undertema i analysen vil jeg se nærmere på hva ungdommene ser på som akseptert å oppdatere og publisere i sitt bruk av Facebook, Twitter og Instagram.

1.1.3 Paul DiMaggio et.al -”Social impacts of the Internet”

Artikkelen ”Social implications of the internet” (DiMaggio, Hargittai, Neuman & Robinson 2001) tar for seg hvordan fremveksten av internett har ført til at individer som bruker det flittig, er mer sosiale enn de som bruker nettet mindre. Internett og da særlig sosiale medier har ifølge DiMaggio økte muligheter til å utvikle et større kontaktnettverk og holder kontakten med personer som de tidligere ikke hadde like god kontakt med. Økt sosialt nettverk og muligheten til å beholde kontakt vil dermed være en positiv konsekvens for brukere av sosiale medier. I artikkelen blir utvidelse og bevaring av sosiale nettverk satt i sammenheng med at: *”... online communication markedly expanding the stock of social capital”* (Ibid: 316). Mennesker som allerede har sterke sosiale nettverk ”offline” vil være dem som også er de som er mest sannsynlig for å fortsette å ekspandere og forsterke de sosiale båndene online. De som har mange venner erverver seg også flere ved bruk av

internett, og forsterker de sosiale båndene de har. Derfor vil internett og de sosiale mediene dermed være en bekreftelse av det sosiale hierarkiet som allerede eksisterer utenfor den virtuelle verden ifølge DiMaggio mfl. (ibid).

Sett ut fra DiMaggio mfl. kan hvordan ungdommene omtaler sine digitale nettverk fortelle oss noe om hvordan deres bruk av de sosiale mediene blir påvirket av normer. Hvem de innlemmer i sitt nettverk, og hvilke begrunnelser de legger til grunn vil være det andre undertema i analysen gjennom sosiale hierarki.

1.1.4 Elisabeth Staksrud – Digital mobbing

I boken *Digital mobbing. Hvem, hva, hvor – og hva kan voksne gjøre* tar Elisabeth Staksrud (2013) utgangspunkt i tidligere forskning omkring digital mobbing både i Norge og internasjonalt. Staksrud omtaler barn og unges bruk av sosiale medier som et sted hvor de kan få luftet sine innerste tanker, følelser, behov, frustrasjon og bekymringer. Men de sosiale mediene dekker ikke bare behovet mange barn og unge har i forhold til å kunne uttrykke seg. Barn og unges åpenhet i bruk av mediene kan også slå negativt tilbake ved at det kan: ”...bli brukt mot deg i det sosiale spillet du alltid er en del av” (Ibid:32). I boken skildrer Staksrud hvordan de sosiale mediene blir en arena hvor barn og unge blir nettmobbet. Hun bruker denne definisjonen på nettmobbing:

”Noen ganger kan barn eller tenåringer si ting eller gjøre noe som er sårende og stygt mot andre, og dette kan ofte være ganske mange ganger på ulike dager over en periode [...] gjennom mobiltelefon eller internettbaserte tjenester som direktemeldinger og sosiale medier” (Ibid:42).

Ifølge Staksrud er det enda vanskeligere å avdekke nettmobbing fordi den ofte er skjult for voksenpersoner. Nettmobbingen gir offeret i tillegg en følelse av å ”aldri slippe unna” ettersom mobbingen kan nå dem uansett hvor de er gjennom mobiltelefon og datamaskin.

Dan Olweus (1994) sin forskning omkring mobbing har også skilt mellom tradisjonell -og digital mobbing. Olweus har gjennom flere år forsket på mobbing i Norge og har utviklet en hyppigst brukt definisjon av fenomenet som er som følger:

”A person is being bullied or victimized when he or she is exposed, repeatedly and over time, to negative actions on the part of one or more other persons” (Olweus 1994:98)

Olweus sin definisjon sammenfaller med Staksrud (2013) sin ved at mobbing går ut på repeterende negative handlinger som blir gjort med overlegg over en lenger periode. Et viktig aspekt ved Olweus sin definisjon er hans hovedskille mellom de to måtene mobbingen kan skje gjennom. Den første går ut på direkte mobbing som et åpent angrep på en person, mens det andre er indirekte mobbing som sosial isolasjon og utestengelse fra en gruppe.

Nettmobbing er det tredje undertema jeg vil ta for meg i analysedelen. Ved å se på ungdommenes erfaringer og opplevelser av nettmobbing, vil det åpne for å kunne si noe normene angående hvordan man oppfører seg mot andre i bruk av de sosiale mediene. Jeg vil bruke Staksrud og Olweus sine definisjoner og tidligere forskning opp mot mine funn.

Den tidligere forskningen jeg nå har presentert skisserer opp en utvikling av unges bruk av sosiale medier som stigende og som er viktig i deres hverdag. Jeg vil nå presentere tall fra Norsk Mediebarometer og Medietilsynet for å se nærmere på hvor mye tid ungdom faktisk bruker tilkoblet sosiale medier, og hva de bruker tiden der til.

1.2 Unges bruk av sosiale medier

Aktualiteten til studien vil ut fra Castells (2010) fokus på informasjonssamfunnet avhenge av at norske ungdommer faktisk bruker og forholder seg til internett og sosiale medier han beskriver. Undersøkelser omkring nordmenns bruk av internett og sosiale medier de siste årene viser en stadig økt bruk hos den unge delen av befolkningen.

Norsk Mediebarometer

I mars 2014 la Statistisk sentralbyrå frem sin rapport, *Norsk Mediebarometer*, som viste at i 2013 brukte hele 95 % av unge i alderen 16 til 24 år internett daglig (Vaage 2014). I tillegg til å være den aldersgruppen som i størst grad var representert på nettet, brukte den yngre garde i gjennomsnitt 3 timer og 42 minutter daglig på internett (Ibid:58). Ikke overraskende var unge også de mest aktive brukerne av sosiale medier, og hele 91% imellom 16 – 24 år er innom et eller flere sosiale medier på en gjennomsnittsdag (ibid:58). Ifølge undersøkelsen, som ikke går nærmere inn på hvilke sosiale medier de ung tar i bruk, brukte de unge hovedsakelig tiden på internett og sosiale medier til å ”chatte” og blogge.

Medietilsynet

I likhet med resultatene fra Statistisk sentralbyrå, viste også Medietilsynets (2012) rapport *Barn og medier 2012 – fakta om barn og unges (9-16 år) bruk og opplevelser av medier* at unge bruker stadig mer tid på nettet. Andelen tid øker også med alderen. Barn og unge mellom 12- 16 år er aldersgruppen som i størst grad bruker sosiale medier. Facebook og Twitter var blant dem som var hyppigst besøkt (Ibid: 6). I rapporten setter ungdommene sitt økende bruk av internett og sosiale medier i sammenheng med at de etter hvert selv syntes de bruker for mye tid foran datamaskinen, og for lite tid sammen med venner utenfor de virtuelle plattformene (Ibid:4). Et overforbruk av internett og sosiale medier var ikke den eneste negative tendensen Medietilsynets informanter satt i sammenheng med sitt eget bruk.

I tillegg til å tilbringe stadig flere av døgnetts timer på internett, sier barn at etter hvert som de blir eldre øker andelen som har opplevd å bli nettmobbet eller å ha lagt merke til at andre blir mobbet på internett (Ibid: 7). Samlet har over 30% av de spurte i undersøkelsen lagt merke til at noen har mobbet andre på nett eller mobil de siste 12 måneder. 15 % av disse har selv opplevd å bli mobbet mot kun 6% som rapporterer at de selv har deltatt i mobbing av andre (Ibid: 7). Direkte konfrontasjon eller offentlig uthenging i ulike grupper på sosiale medier og chatterom er de aktivitetene de unge hyppigst opplevde og observerte i sammenheng med nettmobbing.

Markeds og Mediainstituttet

I Norge blir det årlig utarbeidet en landsrepresentativ undersøkelse angående nordmenns vaner i bruk av sosiale medier i regi av Markeds og Mediainstituttet (MMI). I 2013 utgav MMI undersøkelsen under tittelen *Bruken av sosiale medier er fortsatt stigende i Norge*. I undersøkelsen kom det frem at over 3 millioner i Norge har profil på Facebook, noe som tilsvarer 75 % av befolkningen. På tross av at Facebook allerede har eksistert noen år har det sosiale mediet hatt en vekst på 7% fra året før. En større vekst hadde Instagram som økte med over 45% fra 2012 til 2013 noe som gjør at i dag har 17% av Norges befolkningen billedelingstjenesten. I likhet med både Facebook og Instagram har Twitter vokst med over 17% fra året noe som nå tilsvarer at 21% av den totale befolkningen av Norge er tilknyttet tjenesten (MMI 2013).

Facebook, Instagram og Twitter var de sosiale mediene som MMI fant ut var de hyppigst brukte, noe som også er hovedfokuset i min studie. Jeg vil nå redegjøre for hva sosiale medier faktisk er, og hvordan Facebook, Instagram og Twitter fungerer.

1.3 Redegjørelse for sosiale medier

Sosiale medier blir definert som en web-basert tjeneste hvor privatpersoner kan: "... construct a public or semi-public profile within a bounded system" (boyd & Ellison 2007:211). Kjennetegn ved sosiale medier er at brukeren oppretter en privat brukerprofil som inneholder navn, bosted og interesser. Brukeren blir også oppmuntret til å legge ut profilbilde av seg selv og ytterligere informasjon som kan være alder, applikasjoner og innmelding i grupper ut fra interesser. boyd og Ellison fokuserer på at en viktig dimensjon ved sosiale medier er at brukerne deltar i to-veis kommunikasjon hvor hvem og til hvilken grad de kan kommunisere vil avhenge av brukerens utstrakte nettverk. To-veis kommunikasjonen gjør det mulig å sende direktemeldinger samt å offentlig publisere meldinger som er åpent for hele nettverket. Nettverket brukeren utvikler er en viktig dimensjon ved sosiale medier og dette blir ofte karakterisert ved benevnelsen "venner", "fans" eller "kontakter" (Ibid:213). Brukeren kan som oftest selv bestemme hvilken informasjon hun eller han ønsker å dele med sine kontakter og i hvilken utstrekning brukere som ikke er i nettverket kan ha tilgang til den private profilen. Ved mange av de sosiale mediene kan brukeren legge ut bilder av seg selv og andre, videoer og tekst som andre kan kommentere eller på ulike måter gi tilbakemelding på. Jeg vil nå beskrive kort de sosiale mediene denne studien tar for seg ut fra hvilke opplysninger informantene gav på sine internettvaner: Facebook, Instagram og Twitter.

Facebook

Facebook er verdens største sosiale nettverk som ved utgangen av 2013 var estimert til å ha over 1230 millioner brukere over hele verden (Facebook 2014). Brukerne oppretter en privat profil i sitt navn og laster deretter opp et profilbilde i tillegg til å gi informasjon om kjønn, bosted og fødselsdato. Ytterligere kan brukerne personifisere sin brukerprofil med å legge ut bilder, video, linke til interesse og skrive personlige oppdatering gjennom "status"-felt som vises direkte på brukerens hjemmeområde. Ved å legge til andre brukere av det sosiale mediet opparbeider brukerne et nettverk av "venner" som vil ha tilgang til deres profil og som de kan interaksjoner med blant annet gjennom private meldinger og muligheten til å "like" det kontaktene legger ut av bilder, kommentarer og status. For at to brukere skal komme i samme

nettverk må en sende en forespørsel som den andre godkjenner, eventuelt kan mottageren av forespørselen avvise og det er også mulig å fjerne kontakter fra sitt nettverk. Brukeren kan selv tilpasse sine private innstillinger og på den måten regulere hvem innenfor og utenfor sitt nettverk av ”venner” som har tilgang til ulik informasjon på deres private profil. Facebook presenterer seg selv som en sosial plattform som har som vil gi brukerne: ”... the power to share and make the world more open and connected” (Facebook 2014).

Instagram

Instagram er en applikasjon for mobiltelefon og nettbrett hvor brukerne enkelt kan ta et bilde, legge til ønsket effekter og filter og publisere bildet på nettet (Instagram 2014). Brukerne oppretter en privat brukerprofil og kan velge om profilen skal være åpen for alle eller lukket hvor brukeren selv styrer hvem som har mulighet til å se bildene de publiserer. Åpen profil vil gi alle som selv er bruker av Instagram, tilgang til bildene brukeren legger ut. Ved en lukket profil vil brukeren kunne kontrollere hvem som kan se bildene gjennom at det kun er kontaktene, ”followers”, som har innsyn i profilen. Om profilen er lukket eller åpen vil også begrense hvem som har mulighet til å gi tilbakemeldinger på brukerens bilder som skjer ved ”likes” og kommentarer. Instagram profilerer seg som en applikasjon som gjør: ”... the world more connected through photos” (Ibid 2014).

Twitter

Twitter er et sosialt medium som hvor brukerne oppretter en privat brukerprofil hvor de ved hjelp av 140 tegn kan lage ”tweets” som alle andre brukere av det sosiale mediet har tilgang til. Brukerne kan også legge ut bilder, video eller link til andre brukere eller internettsider og såkalte ”retweets” som er videresendelse av ”tweets” andre har lagt ut tidligere. Brukerne kan følge andre brukere ved å bli såkalte ”followers” og vil dermed ha direkte tilgang på oppdatering fra disse på sin profil. I motsetning til Facebook og Instagram kan ikke brukerne gi hverandre tilbakemelding på hva andre har lagt ut direkte, men gjør dette ved å ”retwittrere” eller linke til andre brukere. Applikasjonen har over 241 millioner månedlige brukere over hele verden og profilerer seg selv ved: ”Our mission: To give everyone the power to create and share ideas and information instantly, without barriers” (Twitter 2014)

1.4 Sosiale normer

Den amerikanske sosiologen George. C Homans (1961) omtaler sosiale normer som: *"A norm is a statement of a group, not necessarily by all of them, that he members ought to behave in a certain way in certain circumstances"* (1961: 46). Som Homans beskriver er en norm en gruppes felles oppfattelse omkring hva medlemmene burde, og ikke burde gjøre i gitte situasjoner. Sosiale normer er i motsetning til juridiske normer ikke nedskrevet i en stats regler eller lover, men oppstår da det *"I en sosial gruppe vil det alltid være en tendens til å danne seg visse mønstre det forventes at individene skal handle og tenke i overensstemmelse med"* (SNL.no 2014). Store Norske Leksikon poengterer at innenfor sosiale normer vil konsekvensene av å ikke følge de sosiale normene kunne føre: *"...til sanksjoner, som f.eks. mishagsytringer, latterliggjørelse, sosial isolasjon eller endog utstøtelse av gruppen"* (Ibid).

Opp mot til sosiale medier vil jeg anvende normbegrepet som de kollektive forventningene om hva man burde og ikke burde gjøre – ungdommenes egne refleksjoner omkring riktig bruk av de sosiale mediene. Særlig vil jeg fokusere på hvordan ungdommene som brukere av de sosiale mediene ser på de personene som ikke følger normene, og hvilke konsekvenser dette har for dem.

1.5 Studiens tema og problemstilling

Studiens problemstilling er formet som et forskningsspørsmål gjennom: *"Hvordan påvirker normer unges bruk av sosiale medier"*. Gjennom å presentere tidligere forskning angående ungdommers bruk av sosiale medier, har jeg utarbeidet tre undertema for analysen:

- 1) Ungdommers bruk av sosiale medier
- 2) Sosiale hierarki i bruk av sosiale medier
- 3) Nettmobbing

Ved å se på hvordan ungdommene forholder seg til normer innenfor de tre underproblemstillingene, vil det kunne belyse hvordan normene påvirker ungdommer bruk av sosiale medier.

1.6 Studiens oppbygning

For å gjøre studien faglig interessant og relevant, vil jeg i kapitel 2 introdusere sosiologisk teori fra Pierre Bourdieu og Erving Goffman som kan knyttes opp til studiens problemstilling og tema. Kapittel 3 beskriver studiens forskningsmetodiske tilnærming og starter med en klargjøring av kvalitativt intervju som forskningsmetode. Deretter vil jeg gjennomgå studiens datagrunnlag og datainnsamling hvor jeg behandler blant annet intervjuguide, prøveintervju, transkribering og koding. Til slutt i kapittel 3 vil jeg klargjøre for reliabilitet, validitet og generaliserbarhet under samlebetegnelsen forskerrollen. Kapittel 4 inneholder studiens analyse, som er delt opp i tre hoved underskrifter ved undertemaene som beskrevet under studiens tema og problemstilling. Analysen vil basere seg på utsagn fra mine informanter sett opp mot tidligere forskning og sosiologisk teori presentert i kapittel 2. Kapittel 6 vil bestå av studiens hovedfunn og oppsummering ut fra funnene i kapittel 5. Til slutt vil jeg vurdere den utvalgte litteraturen brukt som sammenlignings – og tolkningsgrunnlag i min undersøkelse for jeg tar for meg videre forskning.

2.0 Teoretisk tilnærming

I dette kapitlet vil jeg presentere sosiologisk teori fra Pierre Bourdieu og Erving Goffman, og argumentere for hvordan disse er relevante for min studie.

2.1 Pierre Bourdieu

Pierre Bourdieu sitt sosiologiske arbeid er først og fremst kjennetegnet gjennom opprettelsen av hans analytiske rammeverk for å studere sosial dynamikk og relasjoner i boken *Distinksjoner* ([1979] 2005). Bourdieu ser på den virkelighet vi oppfatter, samfunnet rundt oss, som et sosialt rom. Det sosiale rom er Bourdieu sin ide om at en sosial orden oppstår når mennesker interaksjonerer ved en ”... *usynlig virkelighet som ikke kan vises eller berøres, og som organiserer aktørenes virksomheter og forestillinger.*” (ibid:12). Den usynlige virkelighet vil ifølge Bourdieu være preget av de sosiale strukturene som allerede eksisterer, og sammen med våre subjektive erfaringer påvirker dette hvordan vi former vårt sosiale liv. Samfunnet består av ulike felt som for eksempel det politiske, det juridiske og det kulturelle feltet som alle til sammen utgjør det sosiale rommet (Ibid).

Et av feltene innenfor det sosiale rommet er *det sosiale felt* som består av særegne regler for hvordan individene samhandler og interaksjonerer. I motsetning til det juridiske feltet hvor reglene er nedskrevne lover, fungerer reglene innenfor det sosiale feltet som normer; uformelle retningslinjer for hva man burde og ikke burde gjøre. Individet vil posisjonere seg innenfor det sosiale feltet avhengig av på hvilket nivå han eller hun klarer å tolke og forstå normene som er gjeldende. Innenfor det sosiale feltet, som i alle andre felt, er det en konstant kamp mellom ulike grupper om å få definere hvilke regler eller normer som skal være de viktigste. Gruppene består av individer som tolker og forstår reglene likt, og vil ifølge Bourdieu kjempe mot andre grupper som har andre tolkninger (Ibid). Gruppene vil ifølge Bourdieu kjempe om ulike typer kapitaler som vil henviser til ressurser personene av gruppen kan omgjøre for å oppnå fordeler innenfor feltet og samfunnet.

Det sosiale rommet vil være preget av de normer deltagerne innenfor det sosiale rommet har en felles oppfattelse om. Jeg vil bruke sosialt rom slik Bourdieu omtaler det som et teoretisk utgangspunkt for hvordan sosiale medier kan bli betraktet som et sted hvor mennesker interaksjonerer og kommer i kontakt med hverandre. Etersom det sosiale rommet igjen består av ulike felt, vil det i denne studien være naturlig å se på hver av de tre sosiale mediene som

separate felt som inneholder sine egne særskilte regler for hva man burde/burde ikke foreta seg. Studien tar dermed for seg tre ulike sosiale felt: Facebook, Instagram og Twitter. I analysen vil ikke de ulike sosiale mediene bli behandlet hver for seg. De ulike sosiale mediene vil derimot bli brukt for å se hvordan informantene forholder seg til eventuelle forskjeller i normer innenfor feltene.

2.1.1 Kapitalbegreper

I *Distinksjoner* omtaler Bourdieu en aktørs posisjon innenfor de ulike sosiale felt som bestemt av hvorvidt individet innehar eller blir tillagt ulike typer kapital ([1979] 2005). Kapital er inndelt i to hovedformer ved økonomisk og kulturell. Den økonomiske kapitalen vil komme til uttrykk gjennom materiell rikdom og dermed ikke er relevant for denne studien. Jeg vil derimot anvende den kulturelle kapitalen i tillegg til sosial og digital kapital som kan sees på som underkapitaler av den kulturelle.

Den kulturelle kapitalen omtaler Bourdieu som en knapp sosial ressurs hvor fellesskapet tillegger den en bestemt verdi. Den kulturelle kapitalen kommer ifølge Bourdieu til uttrykk blant annet gjennom en aktørs kunnskap innenfor ulike tema og smak i kunst. Fordi aktører tilhører ulike sosiale lagdelinger allerede fra fødselen vil den kulturelle kapitalen i stor grad bli påvirket av hvilke muligheter individet har hatt til skolegang og kulturell ervervelse gjennom oppveksten.

En av kapitalene som henger sammen med kulturell kapital er ifølge Bourdieu sosial kapital som er tilgangen og posisjon innenfor gitte sosiale kretser. En aktør kan dermed få tilgang til visse sosiale kretser i kraft av hans eller hennes utdannelse, tittel eller kulturelle preferanse. På samme måte vil en aktør som har innpass i bestemte sosiale nettverk kunne oppnå fordeler innenfor andre kapitalfelt (ibid).

I forhold til analysen vil den sosiale kapitalen være relevant for å se på hvordan informantene omtaler sine sosiale nettverk innenfor de ulike sosiale mediene. Størrelsen og antall på personer innenfor nettverket kan settes i sammenheng med om størrelse på nettverk blir sett på som en fordel eller en ulempe av ungdommene. Det vil være naturlig å se på om det å ha mange i sitt nettverk er forbundet med prestige eller om aktørene er mer opptatt av å ha innpass i de ”riktige” sosiale kretsene slik Bourdieu understreker er det mest hensiktsmessige for individet. Nettmobbing kan dermed også bli sett i sammenheng med ungdom som enten ikke makter eller som ikke får muligheten til å få innpass i ulike sosiale kretser eller nettverk.

Digital kapital er en videreutvikling av Bourdieus kapitalbegreper i forhold til bruk av internett (Tapscott, Lowy & Ticoll 2000). I boken *Digital Capital* brukes begrepet digital kapital som en form for verdiskapning ved ”riktig” bruk av internett hvor aktørene kan anvende sin kunnskap og forståelse for regler til å skaffe seg fordeler ovenfor andre. ”Riktig” bruk av internett og de sosiale mediene vil henge sammen med hvilke kunnskap og tilgang individet har til internett. Tapscott mfl. argumenterer for at i likhet med Bourdieu sine originale kapitalbegreper vil digital kapital kunne veksles om til andre typer kapitaler og dermed skaffe dem fordeler også innenfor andre felt.

Den digitale kapitalen vil henvise til ungdommenes ”riktige” bruk av internett i forhold til selvpresentasjon med tanke på publisering av bilder og tilbakemelding. Innenfor sosialt hierarki vil den digitale kapitalen også kunne belyse i hvilken grad ungdommene er opptatt av hvordan andre presenterer seg og hvilket inntrykk dette har på nettverksbygging.

Kapitalbegrepene vil bli brukt for å belyse hvordan informantene ser på det sosiale feltets ulike normer, og hvordan de forholder seg til disse. Bourdieu ([1979] 2005) vil dermed bli brukt for å belyse hvordan ulike tolkninger og forståelse av normer i bruk av sosiale medier vil påvirke hvordan ungdommene handler i forhold til selvpresentasjon, sosialt hierarki og nettmobbing.

2.2 Erving Goffman – Vårt skuespill til daglig

I boken *Vårt rollespill til daglig* beskriver Goffman ([1959] 1992) våre liv og de ulike sosiale situasjonene vi til daglig deltar i gjennom en teatralisk metafor hvor vi gjennom opptredener prøver å gi andre et bestemt inntrykk av oss selv. Våre liv inneholder i likhet med et teater en scene, frontstage, hvor vi ut fra ulike motivasjoner og tolkninger av den sosiale situasjonen normer handler på en bestemt måte for å gi et bestemt uttrykk av vår identitet og egenskaper. De daglige situasjonene hvor vi interaksjonerer med andre blir dermed sammenlignet med skuespillere som opptrer foran et publikum. I likhet med et teater inneholder vårt liv også et bakrom, backstage, hvor vi kan samle oss mellom scenene og planlegge våre neste trekk.

Sett ut fra studiens tema vil jeg videre konsentrere meg om Frontstage, våre opptredener i møte med andre. Frontstage vil i analysedelen bli brukt for å kunne belyse hvordan informantene beskriver sin selvpresentasjon og identitetsskaping gjennom bruk av de sosiale mediene.

2.2.1 Inntrykkskontroll i fasade

I følge Goffman ([1959] 1992) vil individene opptre som skuespillere innenfor en fasade, område, som er klar avgrenset i møter med andre mennesker. Fasaden er preget av den sosiale situasjonens normer som er formet av de ulike deltagernes forventninger om hvordan andre skal oppføre seg. Hva og hvordan vi kommuniserer gjennom ord og handlinger vil dermed være preget av vår oppfattelse av situasjonens moralske og normerte forventninger. Goffman understreker i midlertidig at individene på bakgrunn av oppfattelsen av normene i fasaden, har stor handlingsfrihet. Dette kommer av at individene på bakgrunn av sin identitet, ønsker å gi andre et bestemt inntrykk av seg selv som gjerne ikke er det samme som andre. Individet kan dermed legge opp til en utøvelse av sin rolle som vil uttrykke det inntrykket han eller hun ønsker andre skal ha av han eller henne. For at andre skal få det inntrykket av oss som vi ønsker å uttrykke er det viktig at vi går helt opp i den rollen vi spiller for at vårt publikum, de som observerer vår opptreden av rollen.

Uttrykket vi ønsker å skape som et inntrykk i vår selvpresentasjon vil ifølge Goffman (ibid) være påvirket av to faktorer: fremtoning (appearance) og manerer eller væremåte (manner). I sammenheng med fremtoning setter Goffman de ulike stimuli som kan bekrefte en persons sosiale status. Fremtoning tar form gjennom måten vi snakker på: hva vi sier, hvilken dialekt vi har og tonefall vi bruker når vi snakker. I sammenheng med fremtoning omtaler Goffman manerer som kroppslig fremtoning som gir oss en pekepinn om: ”...den interaksjonsrolle den opptredende tar sikte på å spille i den foreliggende situasjon” (ibid: 29). Manerene vil som oftest henge sammen med fremtoningen til en person ettersom uttrykket personen gir er formet av de tegn som blir gitt fra personen på en forventet opptreden. Goffman viser sammenhengen mellom manerer og fremtoning med at en stille og tilbaketrukket person som oftest vil være lavmælt og konfliktsky i møte med andre. På den andre siden vil en person som er frempå og brautende være mer sannsynlig til å ta styring i samtaler og tiltrekke seg oppmerksomhet fra andre.

I analysen vil fremtoning og manerer bli satt i sammenheng med hvordan informantene beskriver sin selvpresentasjon og handlinger på sosiale medier. Inntrykkskontroll vil bli brukt for å se sammenheng mellom informantenes selvpresentasjon og beskrivelser av hvilket uttrykk de ønsker å gi.

Inntrykkskontroll omtaler Goffman ([1959] 1992) også kulisser som kan understreke det inntrykket vi prøver å gi til andre. Kulisser innbefatter innredning, utsmykning og annen bakgrunn som danner scenearrangementet for hvor handlingene utspiller seg. Kulissene vil ved bruk av de sosiale mediene kunne ha en påvirkning på hvor informantene tar bilder, og hvor stor vekt de tillegger omgivelsene på bildene de publiserer. I forhold til sosiale medier vil kulisser også kunne bli satt i sammenheng med de personifiserende elementene som informantene velger å utsmykke sine profiler med. I den sammenheng vil kulissene også kunne bli satt i sammenheng med hva ungdommene velger å ikke publisere.

I forhold til studiens fokus vil jeg bruke Goffman sin beskrivelse av sosiale situasjoner til å se på ungdommers deltagelse på de sosiale mediene som opptredener innenfor ulike fasader. Dette gir en mulighet til å se nærmere på om ungdommene innfor de ulike sosiale mediene bevisst inntar ulike roller og regulerer sin opptreden ut fra hvilket inntrykk de ønsker å gi. Goffman vil på den måten kunne åpne for å forstå ungdommenes bruk av sosiale medier med bakgrunn i deres ønske som å fremstå på en bestemt måte.

Goffman ([1959] 1992) mener at når individer interaksjonerer med hverandre vil det skje i form av nøye planlagt skuespill hvor vi ønsker å avgi et idealisert bilde av oss selv. Den opptredende, individet som spiller en bestemt rolle, kan derimot ikke regulere alle de uttrykk han eller hun ønsker å gi, og det er ikke alltid det vi gir et inntrykk som er i samsvar med den sosiale situasjonens normer. Fordi våre opptredener blir gjort på grunnlag av en oppfatning av hvilke forventninger andre har av oss, kan en mistolkning av omgivelsene få store konsekvenser for individet. Om aktøren blir oppfattet som en person som ikke oppfyller gruppen og situasjonens godtatte og underliggende normer og verdier kan det føre til at den opptredende blir sett ned på av de andre. Enda verre mener Goffman det er om vår opptreden blir oppfattet som misvisende eller falskt av vårt publikum noe som kan resultere i tap av anseelse som er ydmykende. For å unngå å bli oppfattet som mindreverdige eller falske er det derfor viktig at aktøren har en klar oppfattelse av det område han eller hun interaksjonerer i og dermed unngå å bli stigmatisert.

2.2.2 Stigma

I boken *Stigma – Om avfviserens sociale identitet* omtaler Goffman viktigheten at en aktør opprettholder en kontinuitet i sine opptredener innenfor ulike områder ([1963] 2009). Goffman legger vekt på at det foreligger en konstante skepsis mot andres opptredener. En sosial situasjon vil være regulert av de normerte forventningene i tillegg til det inntrykket personene ønsker å uttrykke. For å unngå at vi blir oppfattet som falsk eller tosidig vil det være viktig at vi ikke bryter med andre sosiale opptredener eller med de oppfattede sosiale normene. Dette kan føre til et stigma hvor personen blir tillagt negative eller uønskede egenskaper (ibid). Om en persons egenskaper oppleves som uforenelige med vår forestilling av personen eller stereotyper vi har tillagt personen på forhånd vil det føre til en stempling, stigmatisering av personen. En person som blir stigmatisert vil dermed bli sett på som en som ikke lever opp til den normalitet som andre forventer av den aktuelle personen. En person som opplever å bli stigmatisert vil av andre dermed bli kategorisert ut fra de egenskaper, eller nærmere sagt mangel på sådan, andre anser han eller henne som å inneha.

2.2.3 Tilsynelatende og faktisk sosial identitet

Den sosiale identiteten til en person blir dannet ved første møte og etter hvert som vi interaksjonerer gjentatte ganger med personen kan vi enten få bekreftet eller avkreftet vårt førsteinntrykk. Når vi ikke kjenner individet vil de egenskaper vi tillegger han eller henne utgjøre en *tilsynelatende identitet* – en forventning om hvordan personen faktisk er. Avhengig om vi får bekreftet eller avkreftet personens tilsynelatende identitet vil vi med nærmere bekjentskap kunne avgjøre aktørens *faktiske sosiale identitet* ([1963] 2009:44).

I studien vil Goffman kunne anvendes i analysen omkring hvorvidt individene enes eller ikke angående hvilke normer som gjør seg gjeldende innenfor de sosiale mediene; fasadene. I tillegg vil Goffman sitt begrep om stigmatisering kunne belyse hvem det er som opplever å bli nettmobbet og hvordan informantene ser på disse personene. Den tilsynelatende og faktiske sosiale identitet vil bli brukt for å analysere normenes betydning i forhold til identitet.

3.0 Forskningsmetodisk tilnærming

I dette kapitlet vil de forskningsmetodiske tilnærmingene bli presentert og redegjort for. Jeg vil starte med en beskrivelse av den kvalitative intervjuetoden som mine undersøkelser er basert på. Videre vil datagrunnlaget for mine undersøkelser presenteres som omfatter utvalgets kriterier og antall informanter. Videre vil prosessen med å utarbeide intervjuguide, gjennomføre prøveintervju og mine erfaringer med selve intervjusituasjonen og etterarbeid med data gjennomgå. Jeg vil så diskutere mine refleksjoner omkring forskerrollen i innhenting av data til studien. Til slutt i dette kapitlet vil dataenes kvalitet bli omhandlet ved studiens reliabilitet, validering og generalisering diskuteres.

3.1 Kvalitativt intervju

Begrunnelsen for intervju som innsamlingsmetode ble gjort med bakgrunn i studiens hovedfokus som er hvordan ungdommers bruk av sosiale medier er påvirket av normer. Monica Dalen (2011) skisserer opp kvalitativt intervju som spesielt godt egnet til å: *”...få innsikt i informantenes egne erfaringer, tanker og følelser”* (:13), og gir forskeren en unik innsikt i hvordan informantene beskriver sin livsverden. Dalen argumenterer for at kvalitativt intervju vil gi innsikt i hvordan vi konstruerer vår forståelse og tolkning av den sosiale virkelighet vi lever i. Avgjørelsen om å bruke kvalitative intervjuer virket naturlig med bakgrunn i mitt ønske om å få en dypere forståelse av informantenes tanker og erfaringer omkring studiens tematikk som går ut på å få innsikt i deres egne opplevelser og handlinger.

3.2 Datagrunnlag

Jeg brukte et strategisk utvalg for å rekruttere informanter, slik Aksel Tjora (2010) anbefaler når forskeren er ute etter informantenes refleksjoner omkring et tema. Utvalgskriteriet ble satt til ungdom mellom 16 og 18 år. Vurderingen av alder ble gjort ut fra fokus på «ungdom» i problemstillingen, i tillegg til praktiske hensyn. Ifølge NSD (Se vedlegg 2) har personer over 16 år selv rett til å samtykke til å delta i forskningsprosjekter hvor det ikke innhentes særlig sensitiv informasjon. Dermed kunne informantene selv samtykke til å delta, uten kravet om å innhente samtykke fra foreldrene. Jeg ønsket informanter som har vokst opp i en generasjon som ble presentert for internett i en ung alder, og som dermed ville ha utbredt erfaring med bruk av sosiale medier. Disse erfaringene vil være unike ettersom tidligere generasjoner ikke har vokst opp med internett på samme måte som dagens ungdom. I tillegg var et utvalgskriterie at ungdommene brukte enten et eller flere av de sosiale mediene studien tar for

seg ved Facebook, Instagram og Twitter.

Innhenting av informanter skjedde gjennom det Tjora (2010) omtaler som snøballmetoden. Gjennom bruk av mitt eget nettverk ved en bekjent som er lærer på Videregående skole, ble kontakt til mulige informanter formidlet. Min kontakt videreformidlet informasjon om min studie til rektor, lærere og elevene som var mulige informanter. Det ble innhentet muntlig godkjenning fra både de aktuelle lærerne som hadde elevene i de gitte timene intervjuene ble gjennomført i, samt rektor ved skolen. Lærerne kartlagte på forhånd hvor mange eventuelle informanter som meldte sin interesse, dette bidro til at jeg fikk bekreftet at alle intervjuene var mulig å gjennomføre ved kun én skole. Da jeg kom til skolen fikk jeg muligheten til å presenterte meg selv, studiens tema og omfang. I tillegg presenterte jeg informasjon omkring gjennomføring av datainnhenting i de aktuelle klassene. Informantene fikk da igjen mulighet til å melde sin interesse, og det var ingen problem med å rekruttere ønsket antall informanter.

Det er intervjuet åtte informanter i denne studien, ut fra ønske om å innhente tilstrekkelig mengde data, i tillegg til at antallet skal gjenspeile studiens omfang og tidsperiode slik Dalen (2011) argumenterer for er viktige hensyn forskeren må ta. Ved evaluering av mitt tidsperspektiv ved innhentning, bearbeiding og analysering av data kom jeg frem til at åtte informanter på videregående skole var det mest hensiktsmessige.

Informantene er ut fra etiske hensyn tildelt fiktive navn for å sikre deres anonymitet slik både Dalen (2011), Kvale (1997) og Tjora (2010) anbefaler. Jeg bestemte meg for å tillegge jentene navn som startet med bokstaven «A», mens guttene fikk navn med «K» som forbokstav. Dette ble gjort for å sikre anonymiteten ettersom dette ikke kunne gi assosiasjoner til informantene ettersom ingen hadde navn som startet på disse bokstavene. På neste side er det en oversikt over informantene med fiktivt navn, alder og bruk av sosiale medier.

Tabell 1: Utvalg

Fiktivt navn	Alder	Bruk av sosiale medier
Aurora	17	Facebook, Instagram og Twitter
Anniken	17	Facebook, Instagram og Twitter
Andrea	17	Facebook og Instagram
Karl	17	Facebook og Instagram
Amalie	17	Facebook og Instagram
Annette	17	Facebook og Instagram
Kjetil	17	Facebook og Twitter
Kristoffer	16	Facebook

3.3 Utarbeidelse av intervjuguide og prøveintervju

Da tema for studien, metode for innhenting av data og alder på informanter var bestemt utviklet jeg en intervjuguide. Intervjuguiden er utviklet med bakgrunn i studiens tema, tidligere forskning og teori slik Steinar Kvale (1997) anbefaler ved kvalitative intervjuer. Jeg bestemte meg for et halvstrukturert intervju ettersom jeg er interessert i informantenes egne opplevelser. I halvstrukturert intervju er spørsmålene tematisk relaterte, og åpner dermed for å kunne gå utenom eller hoppe i intervjuguiden ut fra hvilken informasjon informanten kommer med (Ibid). Intervjuguiden startet med introduksjonsspørsmål hvor informantene ble oppfordret til å fortelle om seg selv og sine interesser for å skape det Kvale karakteriserer som en positiv dynamikk med informantene. Dette følger også det Monica Dalen (2011) kaller ”traktprinsippet” (:27). Ved bruk av «traktprinsippet» åpner og avsluttes intervjuet med åpne og generelle spørsmål. Dette gav meg muligheten til å fokusere på prosjektets sentrale tema, omkring normer, i intervjuets midtdel.

Etter at tema i intervjuguiden var gjennomgått og jeg ikke hadde flere spørsmål fikk informantene anledning til å legge til noe. I tillegg oppmuntret jeg til at de kunne komme med spørsmål de eventuelt måtte ha i forhold til forskningsprosjektet. Videre gjentok jeg informasjon omkring hvordan intervjuene videre ville bli behandlet. Det ble også opplyst om muligheten informantene hadde for å trekke seg fra prosjektet også i etterkant av intervjuet. Dette er i samsvar med det Kvale (1997) karakteriserer som ”debrifing” hvor man gjentar informasjonen også etter intervjuet.

Intervjuguiden ble på forhånd prøvd ut på to relevante testinformanter, slik Monica Dalen (2011) oppfordrer til. Ved å gjennomføre prøveintervju kunne jeg teste spørsmålenes forståelighet i tillegg til at båndopptageren fungerte som den skulle. Etter prøveintervjuene bestemte jeg meg for å legge inn blant annet spørsmålet hvor informanten får muligheten til å forklare hva hun eller han forbinder med ordet ”nettmobbing”. Dette ble gjort ettersom jeg innså at dette ville ha konsekvenser for hvordan respondenten senere ville svare på spørsmålene som omhandlet dette. Intervjuguide er lagt ved som vedlegg 1.

3.4 Datainnsamling

Jeg fikk tilgang til et egnet grupperom hvor intervjuene ble gjennomført effektivt uten avbrytelser utenfra. Ved intervjuets oppstart presenterte jeg meg selv, prosjektets mål og informantens rettigheter. I tillegg til å nevne anonymitet, la jeg også vekt på mulighet til å trekke seg og spørsmål om hvorvidt jeg kunne bruke båndopptager. Alle informantene bekreftet at de hadde forstått informasjonen, og ingen av informantene hadde innvendinger mot bruk av båndopptager. Båndopptageren gav meg mulighet til å fokusere fullt og helt på hva informantene sa, noe som også Dalen (2011) argumenterer for er en fordel ved bruk av båndopptager. Intervjuene varte i gjennomsnitt ca. 45 minutter, hvor to tok nærmere en time, mens de andre lå mellom 30 – 40 minutter.

Kvale (1997) uttrykker at de første minuttene av et intervju er avgjørende for at informantene åpner seg for forskeren og: ”... forteller om sine erfaringer og følelser” (:77). Intervjuet startet derfor med at informantene ble spurt om å fortelle om seg selv for å skape en dynamikk som legger til rette for positiv interaksjon. Videre ble informantene spurt om sine vaner i forhold til internett og da sosiale nettverk spesielt. Noen av informantene ville da naturlig begynne å fortelle om konkrete hendelser eller forklaringen på hva de foretok seg når de var på ulike sosiale nettverkene. Dette skapte en umiddelbar flyt i intervjuet. I disse situasjonen trengte jeg kun å spørre oppfølgingsspørsmål og be informanten utfylle svarene. Kvale beskriver slike intervjusituasjoner hvor intervjueren tar posisjonen som en ”aktiv lytter” fremfor en ”forhører” (ibid:79). I andre intervjuer var det større behov for at jeg fulgte intervjuguiden tematisk ved å gjennomgå de ulike sosiale nettverkene som informanten var bruker av og spørsmålene slik de var satt opp i intervjuguiden.

Etter intervjuet var gjennomført slo jeg av båndopptageren og lot samtalen med informanten gå inn på deres skolearbeid mer generelt for å skape en avslappet og positiv avslutning på intervjuet ifølge Monica Dalens (2011) ”traktprinsipp” (:27). Dette skapte en god stemning og informantene fortalte om ulike prosjekter og prøver. Informantene gav uttrykk for at de syntes det var spennende å ta del i forskningsprosjektet, og enkelte takket også hjertelig for å få muligheten til å være med.

3.5 Refleksjoner rundt forskerrollen

For å sikre integritet og beskyttelse av informanter ved kvalitativ forskning er det viktig som forsker å forholde seg til etiske føringer. Aksel Tjora (2010) argumenter også for at forskeren under intervjuene må holde sine meninger omkring tema skjult for informantene. Dette er spesielt viktig om forskeren har engasjement og en forståelse av det aktuelle tema. Jeg er selv veldig interessert i studiens tema, og har tidligere forsket på hvordan unge i dag blir påvirket av ulike faktorer i deres hverdag. I tillegg er jeg selv aktiv bruker av alle de tre sosiale mediene som studien tok for seg, og har også gjort meg opp mine meninger omkring hvordan jeg selv og mine kontakter bruker dem. Dermed var det viktig for meg å ta hensyn til og være klar over hvilken påvirkning jeg kunne ha på informantene i intervjusituasjonen. Dette var noe jeg tok hensyn til ved og ikke å gi uttrykk for om hva jeg tenkte omkring den informasjonen informantene kom med, slik Tjora oppfordrer til. Ved å ikke uttrykke hva jeg selv tenkte omkring temaene for intervjuene prøvde jeg å sikre at mitt engasjement ikke kunne oppleves som «... *støy i prosjektet ved at det kan påvirke resultatene*» (ibid: 129). Bortsett fra å komme med oppfølgingsspørsmål, kommenterte jeg ikke informantenes utsagn, for å unngå at de fikk et inntrykk av hva jeg mente om det de fortalte.

Jeg ønsket at ungdommene skulle snakke fritt omkring studiens tema, og ikke la seg påvirke av intervjusituasjonen som for formell. Dette aspektet ved kvalitative intervjuer omtaler Tove Thagaard (2002) som at det alltid er en risiko for at forskereffekten påvirker informantenes svar. Forskereffekten kan påvirke informantene til å gi svar som de tror forskeren er ute etter, noe som fører til at svarene ikke alltid vil være de samme om de hadde snakket med noen andre. Under intervjuene prøvde jeg å ta høyde for forskereffekten ved å skape en positiv og uformell tone med informantene. Dette ble gjort gjennom å åpne intervjuene med at informantene fritt kunne fortelle om sitt bruk av de sosiale mediene.

På den andre siden kan min kunnskap og engasjement for studiens tema bli brukt som en fordel ved at jeg har et godt forståelsesgrunnlag for hva informantene fortalte (Tjora 2010). Ved å ha kunnskap om mange av uttrykkene som ungdommene brukte, ble ikke intervjuene forstyrret av at jeg måtte stoppe opp og få forklaring på ord eller uttrykk. Fordi jeg selv bruker Twitter er jeg kjent med uttrykk som «tweets», «retwittre» og «twittre», noe som forhindret forstyrrelser under intervjuene når informantene tok i bruk disse. Likevel hendte det seg at informantene brukte ord som jeg ikke hadde kunnskap om. «Forespring» er et eksempel på et sosialt medium som en av informantene omtalte, og som jeg ikke hadde kunnskap om. Da måtte jeg spørre informanten om å utdype hva det gikk ut på. Dette forstyrret intervjuet i en kort periode, men var en av de ytterst få tilfelle hvor det var nødvendig.

3.5.1 Transkribering og koding

Jeg var på skolen hvor intervjuene ble gjennomført i tre dager, og dette gav meg også mulighet til å starte transkriberingen av intervjuene umiddelbart etter gjennomføringen av noen av intervjuene. Som Monica Dalen (2011) anbefaler, transkriberte jeg intervjuene selv og fikk på den måten enda bedre innsikt i mine data. Jeg fikk da også mulighet til å kunne tilføre transkriberingen små notater omkring stemning og reaksjoner hos informantene. Dette fant jeg nyttig når jeg senere analyserte de transkriberte intervjuene. I noen situasjoner var eksempelvis pauser og nøling hos informantene indikasjoner på at enkelte situasjoner og erfaringer nå kunne fremstå som annerledes for dem. Hele transkriberingen ble ferdigstilt innen en uke etter at det siste intervjuet var gjennomført. Deretter tok jeg i bruk temabasert koding for å få bedre oversikt over mine innsamlede data. Temabasert koding var også til hjelp for meg for å kunne kryssjekke informantens utsagn i forhold studiens undertemaer, slik Dalen (2011) skisserer opp. Under er et eksempel på temabasert koding:

Tabell 2: Temabasert koding

	Aurora	Anniken	Kristoffer	Andrea	Kjetil	Karl	Amalie	Annette
Tidsbruk pr.dag	Sjekker hele dagen	3-4 timer	Alltid tilkoblet	6-7 timer	1-2 timer med kun sos. Media	Sjekker hvert 10. Min	Alltid pålogget.	Tilkoblet hele dagen
Oppdaterer status?	Nei	Nei	Nei	Nei	Nei	Nei	Nei	Nei
Antall FB "venner"	400	650	600 - 700	300 - 320	1300	600	500 - 600	800
Motiv på Instagram	Selfies	Selfies		Selfie		Selfie og omgivelser	Venner, jentekvelder	Selfies. I <3 bilder.
Motiv på FB	Venner, sosiale situasjoner. Autentisk bilde av seg selv	Ferie og profilbilder	Profilbilder med andre	Collager	Profilbilder fra fotballbanen	Profilbilde med Erna Solberg	Profilbilder	Sommerferien

Intervjuene som hadde en lengde fra 30 til 50 minutter tok mellom 3 til 4 timer å transkribere. Arbeidet var både tidkrevende og slitsomt ettersom transkriberingen krevde full konsentrasjon og utholdenhet for å få med alle detaljene i det informantene fortalte. Likevel anså jeg det som viktig å transkribere intervjuene detaljert slik at ikke viktig informasjon forsvant. Etter hvert som intervjuene dobbeltsjekket jeg at transkriberingen stemte med lydfilene på båndopptageren. Dette gjorde at jeg kunne rette opp eventuelle feil underveis ved å stoppe båndopptaket og tilføre det jeg tidligere hadde gått glipp av. Etter at intervjuet var gjennomgått flere ganger ble filene lagret på min personlige datamaskin i en passord beskyttet mappe for å hindre innsyn fra andre. Til slutt slettet jeg lydfilene fra både datamaskinen og båndopptageren for å sikre informantenes konfidensialitet.

3.6 Vurdering av datas kvalitet

Gjennom å presentere begrepene reliabilitet, validitet og generaliserbarhet vil jeg nå reflektere hvilke valg som er gjort i arbeidet med studien for å kvalitetssikre studiens datamateriale.

3.6.1 Reliabilitet

Reliabilitet henviser til at gyldigheten i forskningsprosjektet er sikret av forskeren ved at resultatene i høyest mulig grad er stabile og presise (Kvale 1997). At resultatene skal bli stabile og presise går ut på at resultatene av forskningsprosjektet ville blitt lignende om en annen forsker skulle utført undersøkelsen på nytt. Ifølge Steinar Kvale (ibid) har reliabilitet: ”... med forskningsfunnenes konsistens å gjøre” (:164), og går ut på at forskerens egne subjektive meninger ikke skal påvirke prosjektets funn i for stor grad. Forskerens involvering vil være vanskelig å unngå i kvalitative studier fordi forskeren har en helt spesiell nærværende rolle i både intervjusituasjonen og analysefasen. Jeg har prøvd å begrense min egen påvirkning på studiens datainnhenting og funn gjennom å legge opp til samme intervjuguide med alle informantene. I tillegg hadde jeg heller ingen kjennskap til informantene på forhånd, noe som vil ha forhindret at vår relasjon ville ha påvirket deres svar.

Steinar Kvale (1997) beskriver også reliabilitet som forskningsprosjektets åpenhet omkring hvordan det er utført for å sikre pålitelighet og nøyaktighet. Jeg har etterstrebet å beskrive så nøyaktig som mulig forskningsprosessen. Dette vil ifølge Kvale kunne underbygge studiens reliabilitet sammen med åpenheten omkring forskerrollen. Et annet aspekt ved forskningsprosjektets reliabilitet som Steinar Kvale (ibid) legger vekt på er intervjumalens form ved å unngå veiledende spørsmål. Ved å stille åpne spørsmål har jeg prøvd å sikre at jeg

ikke veileder informantene i deres svar. Spørsmålene i intervjuguiden var utformet med tanke på at informantene selv skulle beskrive opplevelser eller begreper. Nettmobbing er et eksempel på et slikt begrep, noe som i flere av intervjuene var en utløsende faktor for at informantene startet å fortelle om opplevelser både de selv og andre hadde blitt utsatt for. Intervjuguiden ble utarbeidet sammen med veileder som dermed også sikrer at spørsmålene ikke er for styrt av mine oppfattelser omkring tema.

3.6.2 Validitet

Validitet skal gjenspeile studiens relevans innenfor det akademiske feltet den er utført i (Dalen 2011). Ved at forskeren kontinuerlig vurderer: ”... *troverdighet, overførbarhet, pålitelighet og bekreftbarhet*” (2011:94) i sitt arbeid, vil dette ifølge Dalen sikre studien validitet. Validiteten i denne studien vil avhenge om jeg får svar på det jeg spør om i problemstillingen. Gjennom å utarbeide intervjuguide fra relevant tidligere forskning og sosiologisk teori, vil dette være med på å sikre at de svarene jeg får omhandler det tema jeg ønsker å belyse. Undertemaene vil være viktig for å sikre at alle områder innenfor studiens tema blir avdekket. Undertemaene er utarbeidet ut fra tidligere forskning, og vil dermed bygge videre på arbeid som er gjort innenfor en sosiologisk forståelse av tema. Forarbeidet med å sette seg inn i tidligere forskning, samt relevant sosiologisk teori har gitt meg et verdifullt utgangspunkt for å kunne få svar på de spørsmål jeg stiller.

Validitet berører ifølge Steinar Kvale (1997) alle stadier i forskningsprosjektet, og jeg har prøvd å sikre dette ved å gjennomgå forskningsprosjektets gang i dette kapitlet.

3.6.3 Generalisering

Generalisering eller overførbarhet i forhold til kvalitativ forskning må ifølge Kvale (1997) bli behandlet annerledes enn i kvantitativ forskning hvor målet er å oppnå en sannsynlig meningsbarometer i befolkningen. I mitt forskningsprosjekt vil utvalget være for lite til å kunne generalisere statistisk. Likevel vil studiens funn kunne sees på som å ha analytisk generaliserbare (ibid). Analytisk generalisering går ut på at funnene i denne studien kan gi en forståelse av tema som den har som mål å studere. De funn jeg har kommet frem til gjennom studien kan dermed genere kunnskap som kan overføres til andre lignende situasjoner.

4.0 Presentasjon og drøfting av resultater

I dette kapitlet vil jeg presentere resultatene fra intervjuene. Jeg vil fokusere på fire hovedtemaer som er sentrale for å forstå normer ved unges bruk av sosiale medier. De fire hovedtemaene er delt inn som kapitler i analysen, og er som de utgår fra tidligere forskning: 1) Informantenes syn på eget tidsbruk, og hva ungdom faktisk *gjør* når de bruker de ulike sosiale mediene 2) Informantenes oppfatninger av normer i bruk av de sosiale mediene i sammenheng med a) bruk av statusfelt på Facebook b) ”Tweets” på Twitter og c) utvelgelse av bilder på Facebook og Instagram, 3) Hvordan informantene ser på sin egen og andres posisjon innenfor det sosiale hierarkiet på sosiale medier 4) Erfaringer og observasjoner informantene har i forhold til nettmobbing. Gjennom hele analysen vil det bli lagt vekt på informantenes egne fortellinger omkring tema, og det er disse som er utgangspunkt for analysen.

4.1 Ungdommers bruk av sosiale medier

Som inntak til analysen vil jeg først se nærmere på hvordan informantene selv beskriver hva de faktisk gjør på de sosiale mediene. Alle de åtte informantene var daglig tilkoblet nettet og innom flere sosiale medier. Her er eksempler på utsagn om informantenes tidsbruk:

”Jeg er alltid pålogget i og med at jeg får beskjed om alt som skjer der gjennom meldinger på mobilen, men jeg vet ikke hvor mange timer jeg faktisk bruker på sosiale medier hver dag. Det er i alle fall alt for mange! Men det er sikkert 4 timer til sammen når jeg kun konsentrerer meg om det. Jeg sitter kanskje sånn en time på kvelden også er det gjennom hele dagen hvor jeg sjekker. Så det blir en god del til sammen.” (Amalie)

”Det er ikke det at jeg er hele tiden aktiv på Facebook, men jeg har det i bakgrunnen da så om noe skjer så er jeg der.” (Kristoffer)

Amalie trekker frem at hun ”alltid er pålogget” på grunn av at hun får beskjed via smarttelefonen om noe ”skjer”. Følelsen av å konstant være pålogget gjør at hun ikke kan fastslå med sikkerhet hvor mange timer hun faktisk bruker på de sosiale mediene hver dag. Også Kristoffer sitt utsagn kan sees i samband med hvordan Amalie sier hun kontinuerlig får oppdateringer via smarttelefonen. Kristoffer legger også vekt på at han er der om ”noe skjer”, noe som kan tolkes som at han er opptatt av å ikke gå glipp av noe. Også Karl sjekket smarttelefonen kontinuerlig:

”Jeg sjekker litt sånn innimellom hvert 10 minutt. Så om man legger det sammen så er det kanskje to eller tre timer hver dag.” (Karl)

Karl sjekket mobilen så ofte som hvert 10 minutt, og mener at dermed at det opptar et par timer i løpet av dagen. Utsagnene til Amalie, Kristoffer og Karl viser at de store deler av dagen er mer eller mindre tilkoblet og oppdaterer seg på de sosiale mediene. Utsagnene over er også representative for de andre informantene som alle hadde de sosiale mediene knyttet opp til smarttelefoner som de alltid bar på seg. Under intervjuene oppgav informantene sitt samlede tidsbruk med sosiale medier fra én til syv timer daglig. Det kom tydelig frem at sosiale medier opptok mye av ungdommenes tid, og oppmerksomhet, på både skole og fritid.

Informantenes tidsbruk på sosiale medier kan bli sett i samband med Statistisk sentralbyrå (Vaage 2014) sin undersøkelse som viste at ungdom i gjennomsnitt bruker 3 timer og 42 minutter daglig på sosiale medier. Castells (2010) mener at i den teknologiske informasjonsalderen er det helt avgjørende at ungdommene holder seg oppdatert på de sosiale mediene for å henge med i den sosiale utviklingen. Informantenes beskrivelser av den sporadiske oppdateringen gjennom dagen kan dermed bli sett i lys av med samfunnets teknologiske utvikling. Uten muligheten smarttelefoner gir informantene med tanke på tilgangen til internett og sosiale medier, ville heller ikke informantene kunne brukt så mye tid på de sosiale mediene. I lys av Castells (2010) kan dermed informantenes tidsbruk på sosiale medier sees på som kjennetegn ved det moderne samfunnet, og hvordan ungdom organiserer sin hverdag. På den måten vil ungdommenes egne historier og erfaringer ved bruk av sosiale medier, være beskrivelser av viktige normer i de forholdet seg til i hverdagen. Jeg vil nå se nærmere på hvordan ungdommene omtaler sine aktiviteter i bruk av de sosiale mediene.

4.1.1 Hva ungdommene bruker de sosiale mediene til

På spørsmål omkring hva de foretok seg på de sosiale mediene hadde informantene disse utsagnene:

”Jeg bruker Facebook til å «chatte» egentlig. Også bruker jeg å legge ut bilder og slikt, men det er mest på Instagram og da er det jo veldig koselig å få tilbakemeldinger på de. Også kan jeg sitte å se på bilder andre legger ut og ”like” hvis det er noe jeg syntes fortjener det.” (Annette)

Annette bruker Facebook til å «chatte» og dermed holde kontakten med venner. Hun bruker både Instagram og Facebook til å legge ut bilder, og beskriver dem som viktige arenaer for å motta tilbakemeldinger på det hun legger ut. Annette bruker også Facebook og Instagram til å holde seg oppdatert på hva vennene hennes publiserer av bilder og belønner dem hun mener fortjener det med ”likes”. Slik omtalte Amalie sin bruk av de sosiale mediene:

”Det er jo gjennom Facebook jeg holder kontakten med de på skolen på fritiden, i tillegg til jobb og russebussen jeg er med på. Ellers så bruker jeg jo å ”stalke” andre da eksempel hvis det er en søt gutt, haha! Da ser jeg på bildene deres og sjekker dem ut” (Amalie).

I tillegg til å underbygge Annette sitt bruk av de sosiale mediene som arenaer for å følge med på andre gjennom uttrykket ”å stalke”, er Amalie også medlem av grupper. Facebook gir brukeren muligheter til å delta i mer eller mindre åpne grupper. Amalie er også deltager innenfor lukkede grupper for jobb og russebus. Hun beskrev russebus gruppen som viktig både for å organisere arbeid, men også for en følelse av tilhørighet med de andre jentene på bussen. Tilhørighet er også viktig for Anniken:

”Jeg bruker sikkert 4 timer hver dag på Twitter hvor jeg twitrer en del om Koreansk Cakepop som ingen andre jeg kjenner liker. Så da møter jeg andre som også liker det samme som meg og snakker med dem” (Anniken)

Anniken bruker Twitter for å komme i kontakt med andre ungdommer som har samme interesse for henne innfor Koreansk Cakepop. Gjennom å komme i kontakt med andre i bruk av Twitter kan Anniken sitt utsagn bli satt i sammenheng med et sosialt aspekt ved bruk av sosiale medier. De sosiale mediene kan også bli brukt for å utvide nettverk.

Ungdommenes utsagn beskriver hvordan de bruker de sosiale mediene til å chatte og holde kontakten med venner og nye bekjentskaper. Gruppetilhørighet blir bekreftet gjennom innpass i lukkede grupper, samtidig som de sosiale mediene også blir beskrevet som arenaer for

publisering av bilder og tilbakemeldinger. Ut fra ungdommenes beskrivelser vil jeg nå se nærmere på hvilke normer ungdommene forholder seg til når det gjelder publisering av skriftlige oppdateringer på Facebook og Twitter. Facebook åpner opp for oppdatering gjennom ”statusfeltet”, mens Twitter er basert på skriftlige oppdateringer. Videre vil jeg se på hva ungdommene legger vekt på når de publiserer bilder på Facebook og Instagram. Gruppetilhørighet vil bli videre behandlet senere i analysen hvor jeg ser på sosialt hierarki.

4.2 Normer i bruk av statusfeltet på Facebook

Facebook gir informantene ulike muligheter til å presentere seg selv gjennom personifiserende informasjon, statusfelt og bildeoppdateringer. Statusfeltet gir brukerne mulighet til å uttrykke meninger og følelser ved spørsmålet ”Hva tenker du på?”. Slik beskrev mine informanter sitt bruk av statusfeltet og deres syn på dem som benyttet seg av det:

”Jeg irriterer meg over venner jeg har på Facebook som legger ut statuser 2-3 ganger om dagen for det er jo helt idiotisk for jeg bryr meg ikke om hva de driver med hvert bidige sekund hele dagen.” (Amalie).

”Jeg legger aldri ut statuser. Det er mest fordi det er så mange gamle folk der som kommenterer i hytt og pine men de har egentlig ikke peiling, så det blir som oftest pinlig. Det er bare gamle folk som syntes det er gøy med statuser” (Karl)

Ingen av mine informanter brukte statusfeltet regelmessig, og Amalie og Karl sine uttalelser var representativt for resten av ungdommene. Amalie beskriver at hun irriterer seg over hyppige oppdateringer fra andre. Hun beskriver videre at det ofte resulterer i at hun enten sletter dem fra sitt kontaktnettverk eller gjemmer innleggene, noe flere av de andre ungdommene også gjør. Karl setter også statusfeltet i sammenheng med at det er eldre brukere som helst benytter seg av det, og som syntes det er gøy. Karl trekker dermed inn en generasjonsstyrt normbruk av statusfeltet. Han mener at eldre generasjoner i større grad syntes det er greit å oppdatere status, mens det blant den yngre garde ikke er sosialt akseptert å oppdatere statusfeltet. Karl sitt syn på ulike normer for eldre og yngre generasjoner ble også underbygget av Kjetil:

”Det er bare foreldre og voksne som bruker statusfeltet etter min mening. Jeg tror egentlig ingen ungdommer bruker det i spesielt stor grad, i alle fall ikke av mine venner” (Kjetil)

Karl og Kjetil har en oppfattelse av at eldre brukere av Facebook er mer aktiv med å oppdatere statusfeltet på sin profil. Kjetil mener i likhet med Karl at ungdommer ikke bruker statusfeltet, og at det er eldre generasjoner som benytter seg av det.

Mine funn er i samsvar med funnene i Berit Skog (2011) sin undersøkelse omkring ulike aldersgruppers bruk av statusfeltet. Ifølge Skog viser trendene i bruk av statusfeltet at de blir stadig mer upersonlige, og da særlig for unge brukere. I Skog sin undersøkelse benytter voksne seg av statusfeltet for å fremme sine synspunkter angående nyheter og diskusjoner, mens unge i størst grad bruker det til nedlastning av bilder og video. At statusfeltet i stadig større grad blir brukt til upersonlige oppdateringer slik Skog beskriver, samsvarer dermed godt med hvordan mine informanter beskriver sitt bruk. Statusfeltet er ifølge mine informanter ikke en arena for å få utslipp for personlige tanker følelser, i tillegg ser de også negativt på dem som bruker det til dette.

Informantenes syn på dem som bruker statusfeltet kan også sees i lys av Tapscott mfl. (2000) sitt begrep omkring digital kapital. Digital kapital henviser til en persons kunnskap omkring bruk av internett. Person som bruker statusfeltet til å fortelle om personlige følelser og meninger kan dermed bli sett på som å ikke ha kunnskap om hvordan de skal bruke de sosiale mediene. Tapscott mfl. beskriver videre at ved å anvende sin kunnskap om hvordan man kan bruke internett, kan personer gi et inntrykk av å ha et ”riktig” bruk av internett. Et ”feil” bruk av internett kan dermed sees opp mot ungdommer om bryter normene, også blir sett på som å ha lav digital kapital. Den lave digitale kapitalen blir dermed et resultat av synet på ungdommenes digitale kompetansen, slik informantene mener andre som oppdaterer statusfeltet mangler fordi de ikke forholder seg til normene. Den digitale kompetansen må sees i sammenheng med hvordan Bourdieu ([1979] 2005) beskriver normer innenfor et sosialt felt som styrt av uformelle retningslinjer om hva man burde og ikke burde gjøre. De uformelle retningslinjene i ungdommers bruk av sosiale medier viser at å oppdatere status, særlig flere ganger om dagen, det gjør man ikke.

Kjetil setter ord på hvordan han oppfatter dem som deler for mye på statusfeltet på denne måten:

”Jeg legger ikke ut statuser på Facebook. Det er stort sett bare desperate folk som legger ut der for å få oppmerksomhet eller som ikke skjønner noe bedre” (Kjetil)

På oppfølgingsspørsmål omkring hvem disse som ikke ”skjønner noe bedre” er utdyper han:

”Det er jo særlig litt sånn utstøtte da som alle ler av uten at de kanskje skjønner det. Altså det er typisk folk som tror de er morsom eller populære men så syntes folk de egentlig er helt idiotiske.” (Kjetil)

Kjetil anser ungdom som oppdaterer statusfeltet på Facebook som personer som har en misoppfattelse av ikke bare feltets normer, men også av sin egen sosiale posisjon. Han ser deres bruk av statusfeltet i sammenheng med et ønske om å få oppmerksomhet. Den oppmerksomheten personene oppnår setter han i et negativt lys. Selv om personene eksisterer i hans nettverk, så ser han på dem som personer som andre ler av og dermed har en underdanig sosiale posisjon.

Kjetil sitt syn på misoppfattelsen av bruk av statusfeltet kan også sees opp mot Bourdieu ([1979] 2005) sitt begrep om sosial kapital. Den sosiale kapitalen kjennetegnes ved innpass i sosiale kretser og posisjon innenfor nettverk som individet kan bruke for å oppnå goder gjennom vennskap og forbindelser. Det negative synet Kjetil ha på personene kan dermed bli sett på som at personene ikke har mulighet til å dra nytte av godene av forbindelsene på samme måte som andre som ikke misoppfatter normene i bruk av statusfeltet kan. Den sosiale kapitalen kan også sees opp mot hvordan flere av informantene beskrev at de var tilbøyelige til å slette personer som de oppfattet dem som irriterende. Å bli slettet fra en annen persons nettverk vil dermed være en innskrenkning av ungdommenes kontaktnettverk, og føre til at de ikke har muligheten til å benytte seg av godene forbindelsene kunne representert senere. Ungdommene som bryter normene kan oppleve å få begrenset sin tilgang til nettverk, og lavere sosial anseelse. Dermed kan en ”feil” bruk av internett med tanke på digital kapital, føre til lavere sosial kapital.

Mine funn viser at informantene mener at ungdom i liten grad bruker statusfeltet til å uttrykke seg. De benytter de seg ikke selv av muligheten Facebook legger til rette for, og uttrykker seg negativt omkring de som gjør det. Funnet kan knyttes opp til at mine informanter setter bruk av statusfeltet på Facebook i forbindelse med et brudd på normene. Det negative syntes på dem som brukte statusfeltet kan ved å anvende Tapscott mfl. (2000) knyttes opp mot digital

kompetanse. Lav digital kompetanse vil kunne anvendes til å omtale hvordan ungdommene ser på dem som bruker statusfeltet. De som bruker statusfeltet kan bli satt i sammenheng med personer som ikke vet hva de burde og ikke burde gjøre i bruk av sosiale medier. Ifølge Tapscott mfl. (ibid) vil et slikt syn på andre kunne henvise til andre sin oppfattelse av deres digitale kompetanse. Bourdieu ([1979] 2005) sitt begrep omkring sosial kapital vil kunne belyse hvordan informantene beskrev at de var tilbøyelig til å slette personer som brukte statusfeltet hyppigt. Sosial kapital angår en persons tilgang til sosiale nettverk, og de fordeler denne tilgangen kan genrere. Ved å bli slettet som kontakt av andre, vil personene nødvendigvis kunne gå glipp av fordeler som de kunne dratt nytte av ved å være i informantenes nettverk.

Jeg vil nå se nærmere på ungdommenes bruk av Twitter, og hvordan normene for å bruke "tweets" skiller seg fra statusfeltet på Facebook.

4.2.1 "Tweets" på Twitter

¹Twitter gir brukerne mulighet til å uttrykke seg 140 tegn, og er til forskjell fra Facebook et sosialt medium som i større grad legger vekt på tekstbasert oppdateringer. Her er hvordan Amalie så på bruk av "tweets":

"Om man nå har noe på hjertet som man bare MÅ få ut så skriver man det på Twitter, ikke i statusfeltet på Facebook." (Amalie)

Amalie mener at Twitter er en mer passende arena for å få luftet sine tanker enn statusfeltet på Facebook. Dette er et funn som også blir underbygget av Aurora som "twittret" sporadisk:

"Det er litt forskjellig hvor ofte jeg "twittret". Av og til kan det gå veldig lang tid imellom men så plutselig tar jeg helt av og twitterer mange ganger i løpet av en dag. Det er som oftest når jeg er sulten, at jeg er sinna hvis bussen ikke kommer eller om hva jeg spiser" (Aurora)

Aurora beskriver "tweetene" sine som personlige, hvor hun forteller om hverdagslige ting som informantene tidligere har klaget på at andre oppdaterte på Facebook. Aurora forteller at det er en lavere terskel for hva man oppdaterer på Twitter og at hun kan fortelle om trivielle hverdagslige temaer som mat og at bussen ikke kommer. Også Anniken "tweetet" om hverdagslige hendelser som også kunne ha en personlig karakter:

¹ Å "twittre" blir brukt om å poste innlegg på Twitter. "Tweets" viser til det faktiske innlegget.

”Jeg kan også twittle om personlige meninger som eksempel: ”I dag er det Valentinsdag og jeg er helt loner” ...” (Anniken)

Anniken bruker Twitter for å luften sine følelser omkring det at hun ikke har noen å være sammen med på Valentinsdagen. Således bruker Anniken Twitter til å uttrykke personlige tanker som også går på det emosjonelle og følelsesmessige. Mens Aurora oppdaterte om trivielle hverdagslige hendelser som at bussen ikke kommer, er Anniken i sitt bruk mer åpen omkring følelsesbetonte opplevelser. Twitter kan dermed bli sett på som en arena hvor mine informanter er personlige i sine skriftlige uttrykk. Likevel var det tydelig at Anniken følte at det også var en grense for hvor personlig ”tweetene” kunne bli:

”...før kunne jeg skrive om eksempel familieproblemer der. Men jeg har sluttet å klage over familien fordi jeg skjønnte at det ikke var noe vits i fordi jeg følte alle leste og tenkte sånn: ”Å fy faen” for en dramaqueen”. (Anniken)

Anniken som tidligere ut ”tweets” som omhandlet familieproblemer, har sluttet med dette ettersom hun fikk inntrykk av at andre satte oppdateringene i sammenheng med at hun var ”dramaqueen”. ”Dramaqueen” er et begrep som blir brukt om personer som oppfører seg dramatisk ved å overreagere på hendelser, og som fremstår som overemosjonelle ved å ikke reagere rasjonelt. Inntrykket om at andre oppfattet hennes som ”dramaqueen”, og dermed negative egenskaper ved hennes personlighet, fikk Anniken gjennom at: *”...det var ingen som verken likte eller kommenterte det.”*. Ettersom hun ikke ønsket å at andre skulle oppfatte henne som en ”dramaqueen”, har hun sluttet å oppdatere ”tweets” som gjør at andre kan oppfatte henne som dramatisk og overreagerende. Fordi ingen likte eller kommenterte innleggene som omhandlet familieproblemer, setter Anniken dette i sammenheng med at de mente hun overreagerte. Manglen på tilbakemeldinger har dermed gitt Anniken en formening om hvor personlige tweets kan være før man bryter normene for hva som er greit å oppdatere. Mangel på tilbakemelding blir også av andre informanter oppfattet som hint om at de hadde publisert ikke var godtatt av andre. Flere av informantene beskrev manglende eller negativ tilbakemelding på utfordrende bilder, personlige ”tweets” og statusfeltoppdateringer, hadde ført til at de stoppet å publisere lignende igjen. Anniken var den informanten som klart satte ord på hvordan tilbakemeldingene hadde endret hennes handlingsmønstre. Derfor vil hun bli brukt som eksempel opp mot teorien, selv om dette gjaldt for flere av informantene.

Erving Goffman ([1963] 2009) setter begrepet sosial identitet i sammenheng med hvordan andre oppfatter oss ved første møte, eller av personer vi ikke kjenner godt. Den sosiale identiteten vil bestå av hvilke forventninger andre får til oss, og som gjennom gjentatte lignende inntrykk vil avgjøre hvordan andre ser på vår faktiske identitet. Ved å gå bort fra å "twittre" om familieproblemer, kan Annikens endrede handlingsmønstre i lys av disse begrepene, bli sett på som et forsøk på å forandre andre sitt inntrykk av henne. Goffmans begrep stigma vil her kunne brukes for å omtale hvordan Anniken følte at andre tillagte henne negativ egenskaper. Det inntrykket Anniken mente andre fikk av henne tidligere satt hun opp mot å være overemosjonell og overreagerende. En person som opplever å bli stigmatisert, vil ifølge Goffman bli sett på som en person som ikke lever opp til den normaliteten som andre forventer av den aktuelle personen. Dermed kan vi se Annikens endrede handlingsmønster i sammenheng med et ønske om å bli sett på som en rasjonell person som ikke bryter normene. Normene hva angår publisering av "tweets" kan ved å anvende Goffman sine begreper omkring sosial og faktisk identitet sammen med stigma tolkes som å påvirke hvordan ungdommer tror andre oppfatter dem.

Hvordan ungdommer velger å handle ut fra et uttrykt ønske om hvordan andre skal oppfatte dem kan også sees opp mot Anthony Giddens (1991). Ifølge Giddens er individets selvidentitet, self-identity, refleksivt og i stadig forandring. Individet må kontinuerlig ta valg angående sine handlinger og meninger, med bakgrunn av hvordan vi skaper og videreutvikler vår narrative biografi. Fordi samfunnet i dag åpner opp for nærmest ubegrensede valg i forhold til hvem vi ønsker å være, vil det være opp til personen å bestemme hvilke valg som passer for han eller henne. Valgene påvirker vår biografi omkring hvem vi er og hvem vi har lyst å være. Sett i lys av Giddens og det refleksive selvet kan Annikens endrede handlingsmønster bli sett på som et bevisst valg for å forandre sin narrative biografi. Hennes tidligere "tweets" gjorde at hun følte andre så på henne med en person med negative egenskaper, og hun har på bakgrunn av dette forandret hva hun "twitrer" om. Fordi det moderne samfunnet åpner opp for å kunne ta ulike valg, har derfor Anniken nå tatt et bevisst valg basert på hvordan hun tenker andre oppfatter henne.

Annikens, og de andre informantenes, endrede handlingsmønster kan også sees i lys av Livingstone (2008), og hvordan ungdommer ønsker å beskytte seg selv i sitt bruk av sosiale medier. Ifølge Livingstone går ungdom gjennom ulike faser i sitt bruk av sosiale medier hvor

de etter hvert som de blir eldre vil dele mindre sensitiv informasjon med andre. Dette passer godt med mitt funn omkring hvordan Anniken har gått fra å være mer åpen om sensitiv og personlig informasjon til å bli mer selektiv og lukket i sitt bruk. Mine funn viser at ungdommene er selektive i hva de oppdaterer på Twitter og Facebook kan dermed sees i sammenheng med et ønske om å beskytte seg selv. Ved å tilbakeholde informasjon omkring intime tema, mener Livingstone at de ønsker beskytte de sitt privatliv noe som passer godt med mine funn.

4.2.2 Normer ved utvelgelse av bilder på Facebook og Instagram

Både Facebook og Instagram åpner for at brukerne kan laste opp bilder. Informantene benyttet seg av i større grad av dette enn statusfeltet og skriftlige oppdateringer. Bildene ble beskrevet av informantene som viktige i sitt bruk av de sosiale mediene:

”Jeg pleier ikke å legge ut så veldig mye bilder på Facebook egentlig, unntagen i sommerferien. Da er det viktig å laste opp masse bilder og få frem at man lever det perfekte livet. På Instagram derimot er det litt mer sånn ”I heart”- bilder som er in the moment” (Annette)

Annette beskriver en forskjell i hvilke bilder hun laster opp på de ulike sosiale mediene, og bruker uttrykket ”I heart” – bilder om bilder hun publiserte på Instagram. ”I heart”- bilder beskriver hun som bilder av hverdagslige situasjoner som mer ”in the moment”, bilder som viser hvordan hun ser ut og hvor hun er der og da. På Facebook laster hun opp bilder fra spesielle anledninger, som eksempel på ferie for å vise alle at hun levde det ”perfekte livet”. Forskjellen på hvilke bilder informantene lastet opp på Facebook og Instagram omtaler også andre informanter:

”Jeg legger for det meste ut bilder av dem jeg er med eller om jeg er ute og spiser eller er på fest, om det ikke er profilbilder da. Jeg er som oftest ikke alene på bildene jeg oppdaterer på Facebook, mens det på Instagram går mer i selfies.” (Aurora)

Aurora bruker Facebook til å laste opp profilbilder hvor hun er alene på bildet, i tillegg til bilder av sosiale forekomster med venner. På Instagram laster hun opp selfies², bilder av

² Selfie blir av Oxford Dictionary (2014) definert som: ”A photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and uploaded to a social media website.”

ansiktet, og de sosiale mediene skiller seg dermed fra hverandre med tanke på motiv. Annette og Aurora sine uttalelser er representativt for informantene, hvor de laster opp profilbilder på Facebook noen ganger i året, mens de hyppigere legger ut bilder på Instagram. Selv om ungdommene ikke laster opp bilder så ofte, er de likevel opptatt av hvordan bildene ser ut og representerte når de først publiserte. Informantene var opptatt av at det ikke er rom for å gjøre noen feil angående bildene de bruker som profilbilder på Facebook:

Jeg kan bruke kjempelang tid på å sminke meg eller rydde rommet før jeg tar et bilde. Haha! Det er jo egentlig helt tragisk men man vil jo ikke legge ut et bilde også finne feil etterpå for da er det jo for sent!” (Amalie)

Amalie bruker lang tid på å gjøre seg klar for å ta bilder som hun skal bruke som profilbilde på Facebook, noe som tyder på at hun er opptatt av hvordan hun fremstår på bildene. Hun kommenterer at det ikke er muligheter for å rette opp ”feil” i ettertid, og at hun derfor bruker lang tid på forhånd for å få bildene slik hun ønsker. Flere av informantene uttrykker i likhet med Amalie at de er opptatt av bildenes utforming, slik som Andrea:

”Jeg tenker helt klart mer igjennom bilder jeg legger ut på Facebook enn på Instagram. Av og til lager jeg bildecollager når venninner har bursdag, og jeg tar jo ikke de styggeste bildene av oss akkurat.” (Andrea)

Andrea er opptatt av at bildene hun publiserer skal sette både henne og vennene hennes i et heldig lys. Hun er i likhet med Annette opptatt av det estetiske aspektet ved bildet og da særlig når det gjelder utseende.

Goffman ([1959] 1992) omtaler inntrykkskontroll som et ledd i individets selvpresentasjon hvor de ønsker å skape et så idealisert bilde av seg selv som mulig gjennom rolleutøvelse - hva de gjør. Rolleutøvelsen som ifølge Goffman foregår frontstage, vil kunne brukes til å se på hvordan ungdommene i deres publisering av bilder på sosiale medier er et uttrykk for hvordan de ønsker at andre skal oppfatte dem. Frontstage, de sosiale mediene, kan sees på som teaterscenen hvor ungdommene utfører sin rolleutøvelse ut fra nøye planlagte utvelgelser av bilder backstage. I backstageområdet kan da henvises til rommet hvor Amalie planlegger og gjør seg klar for å ta bildene. Aurora som la ut bilder med venner og fra fester, vil dermed kunne bygge opp under et inntrykk som en sosial person, mens Andrea og Annette er spesielt opptatt av å fremstå som personer med ”det perfekte liv” og et pent utseende.

Sett i lys av Goffman ([1959] 1992) vil hvilket inntrykk ungdommene ønsker å skape gjennom bildene de publiserer også understrekes av *kulissene* på bildene. Kulissene vil forsterke inntrykket ungdommene prøver å skape av seg selv, og kan bestå av blant annet omgivelsene på bildene de publiserer. Ved å vurdere hvilke bilder som passer å publisere i tillegg til å gjøre seg klar for å ta bildene kan Amalie og Andrea sine uttalelser bli satt i samband med et ønske om å uttrykke et bestemt bilde av seg selv. Kulissene i bildene, bakgrunn og setting, er i lys av hvordan Goffman beskriver kulisser i inntrykkskontroll viktig for å forsterke det inntrykket ungdommene ønsker å skape.

Informantenes fokus på hva bildene uttrykket var ofte preget av et ønske om å fremstå på en bestemt måte, enten det ”det perfekte liv” eller nydelige omgivelser. Aurora hadde i den sammenheng en annen tilnærming til hvilke bilder hun publiserte:

”Jeg er mer opptatt av at bildene skal vise meg slik som jeg faktisk er: en person som liker å ha det gøy og som ikke tar meg selv så høytidelig. Forrige dagen la jeg ut et bilde eksempel som bare viste halvparten av ansiktet mitt mens jeg gjorde en grimase, og da kommenterte en kompis sånn ”Hey, you are missing an eye”. Og det syntes jeg er gøyere enn å legge ut perfekte bilder av meg selv.” (Aurora)

Aurora var opptatt av at bildene hun publiserte på Facebook representerte henne slik hun oppfattet seg selv: som en morsom og uhøytidelig person. Gjennom grimaser og morsomme kommentarer omtaler hun at bildene er et godt bilde på hvordan hun er.

Aurora ønsker å gi et inntrykk av seg selv til andre som en person som er morsom og uhøytidelig, og har dermed lagt opp til en bestemt utførelse av sin rolle. Goffman ([1959] 1992) beskriver uttrykket vi ønsker å skape som inntrykk hos andre gjennom fremtoning og manerer. Auroras fremtoning, måten hun oppfatter seg selv på, blir understreket gjennom hennes manerer ved å skjære en grimase på bildet. Goffman sitt begrep om kroppslig fremtoning kan sees opp mot at bildet blir en pekepinn til andre på den interaksjonsrollen som hun ønsker å spille; en morsom person. Aurora sin beskrivelse av bildene hun laster opp som profilbilde skiller seg ut fra hva de andre ungdommene la vekt på. Mine funn viser at ungdommene i stor grad tenker igjennom hva bildene publiserer. Goffman sitt begrep inntrykkskontroll kan forklare at de unge laster opp bestemte bilder.

Oppsummering

Mine funn viser at ungdommene bruker mye tid på sosiale medier, og at det som foregår der er viktig for dem. De har i tillegg sterke meninger om hvordan andre presenterer seg og bruker de forskjellige mulighetene de sosiale mediene legger opp til. Statusfeltet blir i liten grad brukt av ungdommene. De ser på bruk av statusfeltet til personlige meninger og ytringer i sammenheng med eldre brukere og personer som har et behov for oppmerksomhet. Twitter blir derimot sett på som den riktige arenaen for å være personlig av ungdommene. Likevel er det en grense for hvor personlig man kan "twittre". Dette viser en forskjell i normene for tekstbaserte oppdateringer i bruk av Facebook og Twitter. Dette var representativt for mine informanter. Ungdommene bruker både Facebook og Instagram til å laste opp bilder. Mine funn viser at de også er en forskjell i bruken av de to sosiale mediene med tanke på virtuelle oppdateringer. Facebook blir først og fremst brukt for å laste opp presentable profilbilder og idylliserende bilder fra spesielle anledninger. Bildene på Instagram er derimot mer "in the moment" i form av selfies eller hverdagslige hendelser.

Videre vil jeg belyse hvordan normene kommer til uttrykk i sammenheng med hvordan informantene beskriver sine nettverk og det sosiale hierarkiet.

4.3 Sosialt hierarki i bruk av sosiale medier

Nettverk ”online” og sosiale hierarki er det andre tema studien tar for seg. Gjennom å analysere hvordan ungdommene omtaler antall ”venner” og vennelisten, ønsker jeg å kunne si noe om normene som gjør seg gjeldende i ervervelsen av digitalt nettverk. Tilbakemeldinger som ungdommene får i sitt bruk av de sosiale mediene vil også være viktig for å kunne si noe om hvordan de tenker omkring sin egen og andre sin posisjon i det sosiale hierarkiet.

4.3.1 Hvem inkluderer informantene i sine digitale nettverk?

Hvordan informantene forholder seg til ”venner” og ”followers” kan fortelle oss noe omkring hvilke normene ut fra hvem de tillater i sitt nettverket. Et av spørsmålene informantene fikk i forhold til nettverk var hvor mange kontakter, ”venner”, de hadde på Facebook:

”Før hadde jeg en åpen profil på Facebook hvor jeg godtok absolutt alle som la meg til og da hadde jeg maks antall av hva som er tillatt. Men nå har jeg laget meg en ny mye mer lukket profil hvor jeg kun har dem jeg kjenner. Jeg tror jeg har noe sånt som 300 kontakter.” (Aurora)

Aurora var selektiv i hvem hun godtok på vennelisten, og ønsket på grunn av tidligere erfaringer å kun ha personlige venner i sitt nettverk som hun kjente også utenfor de sosiale mediene. Å begrense nettverket som et tegn på kvalitet ble også understreket av Andrea:

”Jeg har kanskje 400 (venner), så det er ikke så mange. Men jeg ser ikke poenget i å ha folk på vennelisten min som jeg egentlig ikke kjenner. Hvis det er sånn at jeg aldri snakker med den personen og ikke har noe med dem å gjøre så er det ikke nødvendig at de skal kunne se bilder jeg legger ut. Det er ikke sikkert at jeg har lyst til å dele alle bildene jeg legger ut med dem heller, jeg snakker jo aldri med dem” (Andrea)

Andrea ønsker ikke at personer som hun ikke kjenner personlig skal ha innsyn i hva hun foretar seg på sosiale medier. Personer som hun ellers ikke omgås ”offline” har ifølge henne ingenting med å se på bildene hennes, og begrunner dette med at hun ikke snakker med dem verken ”online” eller ”offline”. På spørsmål omkring hvilke tilbakemeldinger hun vanligvis fikk på de sosiale mediene sa Andrea:

”Jeg er jo selektiv i forhold til hvem jeg har på Facebook og Instagram så det er for det meste fine og morsomme tilbakemeldinger. De er jo vennene mine, så det er ikke noen som sier noe stygt til meg!” (Andrea)

Andrea mente at kvaliteten på tilbakemeldingene på det hun publiserte på Facebook, ble sikret ved at hun var selektiv med tanke på hvem hun innlemmet i sitt kontaktnettverk. Gjennom å ha ”kun” 400 venner ser hun på mulighetene til å kun få positive tilbakemeldinger gjennom kommentarer som større. Både Anniken og Aurora uttrykket at de var selektiv i forhold til hvem de lot få innsyn i profilene sine. De var også informantene med lavest antall ”venner” på Facebook. Informantenes valg ved å begrense sitt nettverk, kan dermed bli sett på som en strategi for å sikre seg positive tilbakemeldinger. Et mindre nettverk vil også kunne bli satt i sammenheng med å beskytte sitt privatliv, ved at personer de ikke kjenner ikke har innsyn i deres profiler.

Sonia Livingstone (2008) omtaler ungdommene som selektive i sin selvpresentasjon på de sosiale mediene ut fra et ønske om å verne om sitt privatliv. Livingstone omtaler strengere personlige innstillinger og begrensning av nettverk som normer i eldre ungdommers bruk av de sosiale mediene. Bakgrunnen for dette er at ungdommene ønsker å unngå risiko de kan bli utsatt for, ved å dele sensitiv informasjon som kan føre til ubehagelige opplevelser. Mitt funn passer dermed godt med hvordan Livingstone omtaler normene i ungdommers syn og strategier i begrensning av nettverk.

Paul DiMaggio mfl. (2001) kan også åpner for å se på digitale nettverk gjennom hvordan ungdommer som har sterke nettverk ”offline” også vil være mer disponert for å ekspandere og forsterke de sosiale båndene ”online”. DiMaggio mfl. omtaler personer som har sterke sosiale nettverk offline til å også ha størst sannsynlighet for å bygge sterke relasjoner ”online”. Aurora og Andrea sine argumenter for nærhet til kontaktene de har på de sosiale mediene, kan dermed sees i sammenheng med et ønske om å bekrefte de sterke båndene til nettverket sitt ”offline”. Selv om det er lite sannsynlig at jentene kjenner alle de 300 – 400 personene i sitt nettverk godt også ”offline”, er det personer som de har relasjoner til. Dermed blir begrensningen en bekreftelse på at de personene de godtar i sitt nettverk ”online” også er personer de føler de har relasjoner til ”offline”.

Anniken og Auroras strategi i forhold til hvem de åpner opp for å innlemme i sitt nettverk kan dermed settes i sammenheng med et ønske om å bygge et sterkt sosialt nettverk basert på nærhet. Ved å begrense nettverket kan også trekkes opp mot å beskytte seg mot ubehagelige hendelser og følger normer i eldre ungdommers normer med tanke på nettverk ”online”.

Videre vil jeg se nærmere på hvordan informantene som hadde en ulik tilnærming til hvem de godtok i sine ”online” nettverk begrunner dette.

4.3.2 Kan et høyt antall kontakter og ”likes” tyde på en høy posisjon innenfor det sosiale hierarkiet?

I de fleste sosiale medier er brukernes antall kontakter er synlig for andre brukere. Informantenes syn på hvorvidt de hadde et høyt antall kontakter, ”venner”, på Facebook ble beskrevet slik:

”Jeg har over 1300 ”venner” på Facebook, men det er flest som legger til meg fremfor at jeg legger til dem. Jeg pleier jo å godta de fleste som legger meg til for jeg tenker at de kjenner jeg sikkert. Men jeg er ikke den som sitter og ser på de som blir foreslått for meg og legger til i hytt og gevær.” (Kjetil)

Kjetil var den informanten med flest kontakter i sitt vennenettverk på Facebook og var også den informanten som var minst nøye med hvem han la til. Han godtok alle venneforespørsler uansett om han kjente dem igjen eller ikke, og begrunnet dette med at han mest sannsynlig kjente dem likevel. I likhet med Kjetil uttrykket flertallet av informantene at de ikke var spesielt opptatt av å begrense antall kontakter. Flere var opptatt av antallet kontakter, og hadde oversikt over det antall, selv om det til stadighet ble høyere. Karl uttalte seg om sitt nettverk slik:

”Jeg har en god del for å si det sånn. Forrige gang jeg sjekket hadde jeg 600 (kontakter), men det er flere nå.” (Karl)

Karl sier at han har ”en god del” i sitt nettverk, og gir uttrykk for at antallet er stadig stigende. Karl og Kjetil var begge opptatt av at det i hovedsak var andre som la dem til, fremfor at de la til andre. Dette kan tyde på at de anser en venneforespørsel som et positivt tegn på at andre har lyst til å innlemme dem i sitt nettverk. Et høyt antall ”venner” kan dermed bli satt i sammenheng med at Karl og Kjetil ser på det som positivt i forhold til deres popularitet.

Informantenes høye antall kontakter i digitale nettverk kan sees opp mot hvordan Bourdieu ([1979] 2005) omtaler sosial kapital. Sosial kapital henviser til fordeler en persons innpass i ulike sosiale kretser kan føre til. Tilgangen og posisjonen innenfor gitt sosiale kretser kan sees i sammenheng med hvorfor ungdommene ønsker å ha et stort kontaktnettverk ”online”. Ved å

ha et høyt antall kontakter vil ungdommene ha tilgang til bredere sosiale kretser, og kan benytte seg av de fordelene som nettverket fører med seg.

Ungdommene beskriver et høyt antall kontakter, som å være prestige i seg selv, men det er først når vi ser på hvorfor det høye antallet er en fordel. Fordelen som ble trukket frem av flere informanter var muligheten til å oppnå et høyt antall likes og tilbakemeldinger. Informantene så først og fremst på antall mottatte "like" og tilbakemeldinger når de omtalte hvordan de så på hvor populære, eventuelt upopulære andre ungdommer var:

"Det er veldig lett å se forskjell på hvem som er taper og hvem som kule bare ved å gå inn på profilene deres. Først og fremst er det "liksa" på profilbildet som viser om en person er poppis eller ikke, men også hvor mange "likes" de har på andre bilder. Det er helt sykt egentlig, men det er slik det er!" (Annette)

Annette mener at antall "likes" på profilbildet på Facebook bekrefter med hvem som er sosiale "tapere" og hvem som blir ansett som godt likte personer. Flere av de andre informantene omtalte også antall "likes" som en indikator på hvor populær, eventuelt upopulær, en person var:

"Det er best om man kommer over 100, men enda bedre om man i alle fall kommer over 200 "likes". Det er jo sånn at når man legger til nye personer så er det første jeg går inn på profilbilde og da får man dannet seg et bilde av hvor mange personen kjenner og hvor populær man er" (Kjetil)

Det første Kjetil gjør når han godtar en venneforespørsel, er å gå inn på profilbildet til personen for å danne seg et bilde av hvor personen ligger med tanke på det sosiale hierarkiet. Om personen har under 100 "likes" på sitt profilbilde setter han det opp mot at personen ikke har mange nok venner eller er populær. I likhet med Annette setter han dermed tilbakemeldingene på profilbildet opp mot personens posisjon innenfor det sosiale hierarkiet.

Et interessant funn er at det er antall tilbakemeldinger som i størst grad avgjør en persons popularitet, og ikke antall venner i nettverket. Likevel vil det naturlig være større sjanser for å oppnå et høyt antall tilbakemeldinger om flest mulig potensielle respondenter, kontakter, gis mulighet til å "like". Mulighetene til å få tilbakemeldinger på bilder ungdommene publiserer kan dermed sees i sammenheng med hvordan Bourdieu ([1979] 2005) omtaler at tilgang til nettverk kan brukes for å oppnå fordeler for individet. Gjennom å få mange tilbakemeldinger

vil ungdommene øke sjansene for å få høy sosial kapital. Deres tilgang til sosiale nettverk vil åpne opp for å kunne få innpass til ytterligere større nettverk. Antall personer i ungdommenes digitale nettverk vil dermed bli en positiv spiral hvor mange ”venner” kan føre til et ytterligere høyere antall kontakter. Jo høyere antall personer i nettverket, vil kunne bidra til et høyere antall likes, som ungdommene verdsetter.

Å få et høyt antall ”likes” og tilbakemeldinger var ifølge informantene avhengig av et høyt antall personer i nettverket. Aurora mente at for å oppnå et høyt antall tilbakemeldinger var det også viktig hvordan bildet var utformet:

”Det er ofte slik at de som er populære som har bedre selvtillit og har penere bilder. De populære er ofte litt pene også, så det har med utseende å gjøre. Men mange som er kule er ikke sånn Victoria Secret pene liksom, men det ser man ikke på bildene.” (Aurora)

Aurora mente at personer som var populære, også hadde høyere selvtillit fordi de som oftest var pene. Dette bidro til at disse personene hadde profilbilder som var sannsynlig til å få mange ”likes” og positive tilbakemeldinger. Hun setter popularitet opp mot personens utseende og sosiale posisjon som populær også utenfor de digitale mediene.

Den høye selvtilliten disse personene tilsynelatende har gjenspeilet seg i bildene de publiserte av seg selv gjennom de sosiale mediene, noe som kan sees opp mot digital kapital. Tapscott mfl. (2000) beskriver digital kapital som en persons kunnskap i bruk av internett. Personer som har høy digital kompetanse vil dermed ha kunnskap omkring hvordan man tar et estetisk fint bilde ut fra redigering og utforming. Ved at de oppfyller normene for hvilke bilder de laster opp på de sosiale mediene, vil de bli sett på som personer med høy digital kapital av andre. Aurora sitt utsagn kan på den måten bli sett i sammenheng med at unge gjennom ”riktig” bruk av de sosiale mediene publiserer pene bilder som får mange tilbakemeldinger. På denne måten kan det være en gjensidig utveking mellom den sosiale kapitalen ut fra Bourdieu ([1979] 2005) og den digitale kapitalen. Det høye antallet likes vil avhenge av ungdommenes sosial kapital, som både forsterker og blir forsterket av andre sitt syn på deres digitale kapital. Deres høye sosiale kapital gir dem selvtillitt til å poste bilder, noe som gjennom deres tolkninger av normene er med på å understreke deres digitale kapital. Den digitale kapitalen fører dermed til at de får et høyt antall likes, noe som igjen kan påvirke deres sosiale kapital.

Jeg har tidligere i analysen tatt opp hvilke normer ungdommene la vekt på i utformingen av bilder de publiserer på de sosiale mediene ved å trekke inn Goffman ([1959] 1992) og inntrykkskontroll. Igjen ser vi at bildets uttrykk er viktig også når det kommer til tilbakemelding. Aurora sine uttalelser kan sees opp mot bildets uttrykk, hvor utseende til personen og bildets utforming er viktig. Selvtilliten vil sammen med et allerede gunstig utseende derfor påvirke hvor vellykket bildet blir. Goffman sine begreper omkring fremtoning og manerer kan dermed være med på å belyse sammenhengen mellom personens utstråling og sosiale status. Personer som er populære kan i kraft av sin selvsikre fremtoning, kunne følge opp sine opptredener i samsvar med den forventning andre har til hans eller hennes manerer. Et høyt antall tilbakemeldinger på bilder vil ikke nødvendigvis kun avhenge av antall mulig respondenter, kontakter, men også hva bildet viser; dens utforming og uttrykk.

4.3.3 Oppfattelse av sosialt hierarki ved å sammenligne seg med andre

Informantene var opptatt av hvor mange likes andre fikk og ga uttrykk for at tilbakemeldingene kunne brukes som et mål på popularitet. Gjennom å sammenligne seg med andre at de fikk de også inntrykk av hvor populære de selv var:

”På Instagram hender det at jeg sammenligner meg med andre, men så ser jeg på hvor mange følgere de har også tenker jeg at det egentlig går helt fint. Jeg har 500 følgere, mens det er jo andre som har mange flere.” (Amalie)

Amalie setter tilbakemeldingene hun får i sammenheng med hvor mange følgere, ”followers”, hun har på Instagram. Hun ser på det som naturlig at personer som har flere ”følgere” enn henne, også vil motta mer tilbakemelding. Anniken som også var åpen omkring at hun sammenlignet seg med andre ”helt automatisk”, tenkte ikke på andres tilbakemeldinger på samme måte:

”Jeg sammenligner meg jo med andre, jeg kan ikke lyve. Man ser på andre og tenker at hun har mange likes, hvorfor har ikke jeg det? Selv om det kanskje bare er sånn 10 i forskjell så tenker man på det.” (Anniken)

Anniken setter spørsmålsteget ved hvorfor andre får flere ”likes” enn henne, og uttrykker at dette er noe som plager henne. Amalie som satte tilbakemeldingene i sammenheng med antall ”followers”, hadde dermed et noe mer avslappet forhold til om hun fikk mindre ”likes” enn

Anniken. Det kom tydelig frem at Anniken var opptatt av hvor mange likes hun mottok i forhold til andre, og hadde strategier for å skjule dårlig antall tilbakemeldinger:

”Jeg låser bildet hvis det er under antall som jeg kan vise til andre. Da kan ikke andre gå inn og se hvor mange som har likt det er kommentarer. Man kan ikke gå inn og klikke bildet opp stort om det er låst.” (Anniken)

Anniken vil unngå at andre kan se det lave antallet tilbakemeldinger hun har fått på enkelte bilder, og velger derfor å ”låse” dem. Også Kristoffer var tilbøyelig for å slette bilder med lite tilbakemeldinger på:

”Om jeg får veldig få likes så kan det være at jeg bare sletter bildet rett og slett. Det er jo flaut om bare mamma og et par venner har likt det.” (Kristoffer)

Kristoffer sier han sletter bilder om bare hans mor og noen venner har likt det, og setter det i sammenheng med at det er ”flaut”. Andre informanter uttalte også at de var disponerte til å slette bilder om de ikke oppnådde det ønskede tallet på tilbakemeldinger. Ved å sammenligne sine egne tilbakemeldinger med andre kan informantenes beskrivelser dermed bli sett opp mot hvordan de ser på sin egen posisjon innenfor det sosiale hierarkiet. Sammenligningen kan på den måten også sees på som å ha en påvirkning på hvordan ungdommene ser på seg selv. Anniken beskriver sin reaksjon når hun får lite ”likes” og tilbakemeldinger slik:

”Eksempel la jeg ut et bilde forrige dagen og ingen likte det. Da tenkte jeg at kanskje jeg ikke har noen venner fordi ingen likte bildet. Man forventer jo i alle fall at venne dine liker det for de vet jo at det er et press på å få likes!” (Anniken)

Anniken forestiller seg at ingen liker henne, og at ingen liker henne som person fordi hun ikke oppnår mange ”likes”. Hun ser for seg hvordan andre ser på henne og legger dermed opp en strategi ved å låse bildene, for å unngå at andre skal dømme henne. Kristoffer som omtaler lite ”likes” som flaut, ville helt enkelt bare slettet bildet og dermed skjule alle bevis for den labre tilbakemeldingen.

Betydningen informantene tillegger andres tilbakemelding på sosiale medier, kan sees ut fra Charles Horton Cooley (2009) og ”Looking-glass self”. Cooley beskriver hvordan vårt selvbilde og handlinger blir formet av hvordan vi tror at andre tenker om oss. Anniken får et inntrykk av at andre ikke liker henne fordi hun får få ”likes” til sammenligning med andre. Ifølge Cooley vil vår reaksjon henge sammen med hvordan vi tror andre ser på oss. ”Looking-

glass self' vil ifølge Cooley forklare hvordan individet ser på seg selv gjennom å forestille seg selv gjennom andres øyne. Normer i bruk av sosiale medier, kan gjennom å trekke inn Cooley belyse hvordan sammenligning med andre er med på å forme informantene normer angående tilbakemelding fra andre. Ved å sammenligne sitt antall "likes" og tilbakemeldinger vil får ungdommene en oppfattelse av hvilke normer som er verdsatt i publisering av bilder på de sosiale mediene.

Informantene var opptatt av å oppnå et høyt antall tilbakemeldinger og dermed blir ulike strategier viktig, for å skjule et eventuelt skuffende antall. Dette viser at ungdommene ikke bare forholder seg til normer, uskrevne handlingsregler, når det gjelder hvordan de oppnår et høyt antall likes, men også normer når det gjelder hvordan de analyserer tilbakemeldingene de får. For å få et høyt antall "likes" og tilbakemeldinger er informantene lite kresen på hvem de tillater seg i sitt nettverk. Dette viser normene for hvordan ungdom forholder seg til sitt digitale nettverk. Flere av informantene var lite nøye, mens andre igjen argumenterte for å begrense antallet digitale kontakter. Hvordan ungdommene forholder seg til normer er viktig angående hvordan de anser sin egen posisjon i det sosiale hierarkiet. Et høyt antall kontakter, "likes" og tilbakemeldinger sammenlignet med andre kan bli tolket opp mot hvor populær, eventuelt upopulær, de selv er.

Oppsummering

Mine funn viser at for noen av informantene er det en norm å begrense det digitale nettverket på sosiale medier. Begrensning av nettverk blir av ungdommene sett på som et tegn på kvalitet og nærhet til kontaktene. Andre ungdommer ser derimot det som en norm å godta alle som ønsker å bli en del av deres nettverk. Dette sees i sammenheng med at antall tilbakemeldinger er svært viktig for mine informanter. For mange av informantene er det først og fremst antallet tilbakemeldinger som viser en persons posisjon i det sosiale hierarkiet; hvor populære de er. Jeg har argumentert for at fokuset på tilbakemeldinger dermed kan sees som en viktig faktor for å se et høyt antall kontakter i sammenheng med høy sosial kapital. Hvilken norm ungdommene følger for hvem de tillater i sitt nettverk vil avhenge av hvilken tilbakemelding de ønsker. For mange av informantene er størrelse på nettverk, tilbakemeldinger og "likes" en indikator på hvordan de vurderer andre. I tillegg fungerer også tilbakemeldinger andre får som et mål på egen popularitet ved å sammenligne seg med dem. Mine funn viser også en norm angående hvordan de kan skjule et dårlig antall tilbakemeldinger ved å låse eller slette bilder. Hvordan ungdommenes forholder seg til ulike

normer og forventninger i bruk av sosiale medier, er derfor viktig for posisjon i det sosiale hierarkiet. Jeg vil nå gå videre til å se nærmere på hvilken oppfattelse informantene har omkring nettmobbing, på hvem som blir mobbet og hvem som utfører mobbingen.

4.4 Nettmobbing

Nettmobbing og negative erfaringer er det siste tema jeg ønsker å utforske hvordan unges bruk av sosiale medier blir påvirket av normer. Jeg vil starte med å se nærmere på hvordan ungdommene omtaler og definerer nettmobbing for å gi et innblikk i hva hvilke handlinger de mener det ikke er greit å utsette andre for. Jeg vil deretter gå videre med å fokusere på ungdommene som selv har opplevd nettmobbing direkte og indirekte gjennom venner. Jeg ønsker med dette å kunne si noe om hvem det er som blir nettmobbet, og om det henger sammen med normene i deres bruk av sosiale medier. Til slutt vil jeg se nærmere på hvilke oppfattelse og tanker informantene har omkring de som utfører nettmobbingen. Hva er det som gjør at ungdom velger å bryte normene for hvordan de oppfører seg i bruk av sosiale medier? Dette er et spørsmål jeg ønsker å utforske nærmere. Ungdommenes opplevelser og observasjoner sammen med deres tanker omkring hvem som blir utsatt for, og som utfører, nettmobbingen vil dermed kunne fortelle oss noe om deres oppfattelse av normer i bruk av sosiale medier.

4.4.1 Informantenes oppfattelse av og tanker omkring nettmobbing

Nettmobbing er et tema som mine informanter hadde sterke meninger rundt, og ingen av dem hadde problemer med å skulle definere hva nettmobbing var. Her er eksempler på hvordan de satte ord på nettmobbing:

”Jeg tenker på folk som raker ned på folk på nettet men som ikke tørr å si det i det virkelige liv. Det er folk som sier stygge ting til spesielt en person slik at andre kan se det.” (Kristoffer)

Kristoffer mente at personer som opplevde å bli raket ned på gjennom de sosiale mediene ble nettmobbet. Han mente også at de som utførte nettmobbing var feige, og at de ikke våget å konfrontere personer utenfor de sosiale mediene. Å sitte bak en skjerm gir personene ekstra mot til å si stygge ting til andre, noe han så på som feigt. Karl forklarte ulike handlinger som kunne bli sett på som nettmobbing:

”Nettmobbing kan være litt forskjellig at noen eksempel legger ut forferdelige bilder på nettet av noen andre som ikke er virkelige som de har manipulert. Ellers så kan det være skikkelig stygge kommentarer på statuser og bilder og sånne ting. Det er helt enkelt at man trakasserer en person egentlig” (Karl)

Karl skisserer opp konkrete hendelser som han ser på som nettmobbing hvor publisering av krenkende bilder og stygge kommentarer som oppfattes som sårende for den som mottar det. Karl og Kristoffer sine uttalelser var representativt for de andre informantene angående hva de mente nettmobbing gikk ut på. Trakassering og offentlig uthenging var beskrivelser som gikk igjen hos ungdommene. Annikens setter ord på hvordan hun definerte nettmobbing:

”Jeg mener at det (nettmobbing) er om den personen som mottar ”dritten” føler seg mobbet så ER det mobbing. Det er personen det går utover som bestemmer hva som er tull og hva som ikke er det”. (Anniken)

Anniken mener at det er den personen handlingene går ut over som avgjør om det de blir utsatt for faktisk er mobbing. Flere av informantene omtalte forskjellen mellom mobbing og kameratslig erting som å være opp til personen som opplever de negative handlingene.

Informantene definerte nettmobbing som å bruke internett og de sosiale mediene til å såre andre. Dermed passer mitt funn om ungdommenes oppfattelse av nettmobbing bra med Elisabeth Staksrud (2013) sin definisjon hvor digital mobbing er å: ”...si eller gjøre noe som er sårende og stygt mot andre” gjennom internettbaserte tjenester som sosiale medier. Det sårende aspektet gikk igjen hos flere av informantene, og de beskrev nettmobbing som svært belastende for de som ble utsatt for det. Kristoffer trekker inn det offentlige aspektet ved nettmobbing som særlig ille for den som opplever det. Dette passer godt med Olweus (1994) sin beskrivelse av mobbing som et åpent angrep på en person. Det åpne angrepet kan sees i sammenheng med hvordan ungdommene ser på de sosiale mediene som åpne for alle, og at andre kan se og observere de negative handlingene som blir utført.

Informantene hadde en sammenfallende oppfattelse av nettmobbing som et brudd på normer for hvordan man skal oppføre seg mot andre på sosiale medier. Videre vil jeg se nærmere på hvordan de forteller om sine egne opplevelser og observasjoner av nettmobbing.

4.4.2 Informantenes egne opplevelser av nettmobbing

”Jeg vet ikke om jeg gikk igjennom nettmobbing, men jeg var jo Cheerleader før og i det miljøet var det veldig mye hat frem og tilbake. Og jeg opplevde over en ganske lang periode at de kom innom profilen min på Biip.no og slenge veldig mye dritt. De kunne eksempel skrive hvor mye de hatet meg og hvor stygg jeg var også videre...” (Aurora)

Hendelsene som Aurora beskriver med gjentatt uthenging og sårende kommentarer på hennes egen profil, vil ut fra informantenes beskrivelser av nettmobbing over falle inn under deres definisjon av nettmobbing. Likevel sier Aurora om hun er usikker på om det hun opplevde var mobbing. Aurora blir dermed usikker på hva som er mobbing og ikke, med tanke på sine egne opplevelser. Dette er et interessant funn fordi hun tidligere i likhet med de andre informantene var tydelig på at sårende oppførsel fra andre var nettmobbing. Dette kan bli sett på som at Aurora ikke ønsker å bli sett på som et mobbeoffer. Auroras motstand mot å bli sett på som et mobbeoffer kan underbygges av Karl. Karl hadde ikke selv opplevd nettmobbing, men beskrev hvordan en god venn hadde opplevd trakassering på sosiale medier:

”En kompis av meg hadde sånn profil på Forespring som var før ASK.fm og der hadde han ganske mange følgere. Også var det noe damegreier som første til at veldig mange begynte å hate han og skrive masse dritt til han. Vel... det skjedde en del ting på skolen også på grunn av det der, så han byttet faktisk skole”. (Karl)

Karl beskriver hvordan konflikter som startet på de sosiale mediene fortsatte på skolen, og dermed fikk så store konsekvenser at vennen til slutt byttet skole. Trakasseringen som vennen til Karl ble utsatt for var også i tråd med hvordan informantene beskrev nettmobbing tidligere. I likhet med Aurora sine uttalelser var Karl usikker på hva han ville definere det hans venn hadde blitt utsatt for: *”...kanskje kan man kalle det nettmobbing. Men jeg vet at han selv aldri ville innrømmet å ha blitt nettmobbet”*.

Her fremgår det at også vennen til Karl ikke ønsker å bli sett på som en person som blir nettmobbet. Dette kan knyttes opp mot hvordan det ifølge ungdommene var det vanskelig for ungdom å gå til foreldre eller lærere å fortelle om hva de ble utsatt for. Slik omtalte Amalie hva ungdom burde gjøre:

”Det er jo veldig vanskelig, og man burde jo si ifra til noen men jeg vet at det ikke er så lett. Jeg tror det kan bli verre for personen om han sier det til eksempel lærerne” (Amalie)

Amalie mener at det kan være vanskelig for ungdom å vite hva de skal gjøre om de opplever å bli nettmobbet. Å si det til foreldre og lærere var strategier som flere av informantene så på som utenkelig. Dette begrunnet flere med at det å bli nettmobbet var flaut, blant annet Kristoffer:

”Jeg hadde en kompis som fikk mye stygge kommentarer og sånn på nettet, men han innrømmet aldri selv at han ble nettmobbet. Det er liksom litt flaut at man blir plaget og å innrømme det til foreldrene sine” (Kristoffer)

Kristoffer beskriver hvordan ungdom syntes det er flaut å skulle gå til voksenpersoner å innrømme at man blir nettmobbet. Kristoffer sitt utsagn viser sammen med uttalelsene fra Amalie og Karl at på tross av en lik forestilling om definisjonen av nettmobbing kan opplevelsene være vanskelig å forholde seg til når man selv er den som blir utsatt for det.

Nettmobbing ble av mine informanter oppfattet som et sterkt ord, som både sa noe om de som utførte den, men også noe om dem som opplevde å være offer. På den måten kan det sees på som et ”label”, en stigmatisering, omkring det å innrømme å ha blitt nettmobbet. Ifølge Goffman ([1959] 1992) er stigma knyttet opp mot personer med negative og uønskede egenskaper, noe som kan sees i sammenheng med at ungdom ikke ønsker å bli assosiert med å være et mobbeoffer. Å ha blitt utsatt for nettmobbing kan dermed være stigmatiserende for ungdommene, som i en periode i livet hvor de prøver å finne sin identitet og plass i omgivelsene ikke ønsker å bli sett på som annerledes.

Kristin Oudmayer (2010) har i boken ”Fordi jeg fortjener det? – En bok om mobbing, håp og ansvar” samlet historier fra personer som gjennom livet har opplevd mobbing. Et tema som går igjen i flere av historiene er hvordan mobbeofrene opplevde en stigmatiseringen, en følelse av å være annerledes fordi de ble mobbet. Flere beskriver en følelse av skam i forbindelse med å være et mobbeoffer, hvor de prøvde å skjule sin opplevelser for sine omgivelser; foreldre, lærere og andre. Mine informanters beskrivelser og tanker omkring det å være mobbeoffer passer godt med skammen Oudmayer beskriver i sin bok.

Å bli nettmobbet kan også trekkes opp mot andre funn i denne studien, hvor særlig presset for å oppnå en høy posisjon i det sosiale hierarkiet vil være i fare om man innrømmer for andre, og seg selv, at man blir nettmobbet. For ungdom som har et ønske om å oppnå positive

tilbakemeldinger og ”likes” i sitt bruk av sosiale medier kan det å oppleve trakassering oppleves som et nederlag. Sonia Livingstone (2008) beskriver ungdommers bruk av internett som preget av risiko og utfordringer i en tid hvor de er særlig sårbare med tanke på sin identitetsskapelse. Å innrømme at man som ungdom blir nettmobbet vil dermed kunne bli skadelig for ungdommene i sin identitetsskapelse og utvikling av vennskap og nettverk.

Å benekte for seg selv og sine omgivelser at man faktisk er et mobbeoffer kan bli sett på som en bevisst strategi for ungdom i sin sosiale rolleutøvelse for å unngå stigma sett i lys av Goffman ([1963] 2009). Informantenes motvillighet til å se på seg selv som mobbeoffer kan dermed fortelle oss noe om forestillingen om hvordan mobbeofrene blir sett på og oppfattet. Å bli nettmobbet, og dermed bli stigmatisert som mobbeoffer, kan bli sett på som å gå imot en normbasert oppfatning om å bruke de sosiale mediene til en positiv bekreftelse på egen identitet og posisjon i det sosiale hierarkiet.

Å bli mobbet på sosiale medier kan ut fra mine funn bli satt i sammenheng med en stigmatisering av mobbeofferet. Mine informanter uttrykket en konsensus i hva nettmobbing faktisk er, og at nettmobbing bryter med normene for hvordan man oppfører seg på sosiale medier. Det er også en motstand hos ungdommene for å bli sett på som et mobbeoffer. Videre vil det være interessant å se nærmere på hvordan informantene ser på de som blir nettmobbet og på dem som utfører mobbing og hva dette kan vise oss omkring normer i deres bruk av sosiale medier.

4.4.3 Hvem er mobbeoffer, og hvorfor blir de mobbet digitalt?

Nettmobbing kan innta ulike former og informantene hadde observert alt fra ironisk bruk av ”likes” til krasse og sårende kommentarer og hatgrupper på Facebook:

”I fjor ble det laget en sånn side som het ”Norges største slange” eller noe sånt, hvor slange er en tyster. Eller det var vel mer det at det er ingen som liker hu som den var laget om. Hun er veldig kjent rundt omkring fordi hun går rundt omkring og tror hun er venn med alle, men så er det egentlig ingen som liker henne og hun er bare slitsom egentlig.” (Kjetil)

”Jeg har jo sett sånne hatgrupper, men det er en stund siden. Det var jo folk som ingen likte i utgangspunktet som fikk skikkelig gjennomgå med mange stygge ord. Det var ganske vanlig før, men ikke nå.” (Karl)

Kjetil og Karl er av den oppfattelse om at hatgruppene ble laget fordi det er mange som mislikte personen som ble hengt ut i dem. På den måten setter de nettmobbing i forbindelse med henne eller han som person, og hvordan de blir oppfattet også utenfor de sosiale mediene. Ut fra Kjetil og Karl sine resonneringer omkring hvem som blir utsatt for nettmobbing, skisserer de opp en mulig forklaring som kan sees på som ”det upopulære mobbeoffer”. Andre informanter mente derimot at hvem som helst kunne bli utsatt for nettmobbing:

”Jeg tror at ungdommer som har blitt mobbet, enten på nettet eller i det virkelige liv, av og til har lyst til å ta hevn på en måte. Og da kan det være hvem som helst det går ut over og ikke nødvendigvis den som mobbet dem først.” (Aurora)

”Det er veldig lett å bare skrive noe til noen på Facebook eller hvor som helst på nettet. Om du er skikkelig sinna på noen så sitter du deg ned foran PC-en og tenker bare sånn: ”Nå skal jeg skrive en skikkelig ”rage”-melding til noen.” Så man kan rett og slett bare være skikkelig uheldig” (Anniken)

Aurora og Anniken mente at det kunne være tilfeldig hvem som ble utsatt for nettmobbing. Anniken beskriver et scenario hvor man kan være så uheldig å komme i ”kryssilden” når noen er sint. På samme måte ser Aurora for seg at man kan bli et uskyldig offer for andres hevnaksjon, der de ønsker å påføre noen andre samme smerte som de selv har blitt påført ved mobbing. Muligheten for å bli et ”tilfeldig mobbeoffer” er dermed en annen tilnærming fra mine informanter omkring hvem som blir utsatt for nettmobbing.

Blant mine informanter var det disse to forklaringene som gikk igjen når ungdommene omtalte hvem de mente var mest utsatt for nettmobbing. Enkelte uttrykket i likhet med Kjetil og Karl at det var personens dårlige fra ”det virkelige liv” som også fikk følger i deres bruk av sosiale medier. Personens dårlige rykte hvor det er ungdommenes generelle oppfattelse av personen som blir lagt til grunn for hvorfor disse også opplever negative handlinger på de sosiale mediene.

I lys av Bourdieu ([1979] 2005) kan forklaringen på ”det upopulære mobbeofferet” bli sett opp mot personens sosiale kapitaler. Personer som har et dårlig rykte og som er upopulær vil vanligvis ha et mindre nettverk og færre venner. Ungdom som er upopulær kan dermed ha begrenset tilgang til nettverk og ikke kunne veksle inn fordelene som følger med høy sosial kapital inn i andre former for kapitaler. Den lave sosiale kapitalen kan dermed følge dem inn i

deres bruk av digitale medier. Personer som blir upopulære på grunn av deres handlinger og måte å være på vil nødvendigvis også være personer som bryter med ungdommers normer. Ved å være personer som bryter normer, og oppfører seg annerledes enn andre ungdommer, kan de oppleve å bli stemplet som personer som "ingen liker". Det kan selvfølgelig være mange grunner til at en person er lite likt av andre.

"Det upopulære mobbeofferet" kan også sees i lys av Goffman ([1963] 2009) sitt begrep omkring tilsynelatende sosial identitet. Ut fra en persons oppførsel "offline" danner andre seg et bilde av denne personens tilsynelatende identitet med en forventning omkring hvordan personen faktisk er. Denne forventningen følger personen inn i de sosiale mediene, uten at de har noen mulighet til å få gitt et annet inntrykk om deres faktiske sosiale identitet. På denne måten kan vi se nettmobbingen som en videreføring av stigma, negative egenskaper, som en person har blitt tillagt dem utenfor de digitale mediene. Det "upopulære mobbeofferet" kan sees i sammenheng med det Olweus (2012) fant ut i sine studier av korrelasjonen mellom tradisjonell og digital mobbing i Norge. Ifølge Olweus sin forskning fremholder han at det er en sterk indikator på at de som blir mobbet digitalt også blir mobbet tradisjonelt, d.v.s. utenfor de sosiale mediene.

"Det tilfeldige mobbeofferet", slik Anniken og Aurora beskriver kan sees opp mot resultatene Jens Nærbøe (2011) fant i sin undersøkelse "I 8.klasse er du villig til å gå over lik". Nærbøe omtaler digital mobbing som uforutsigbar fordi de ofte oppstår med bakgrunn i misforståelser og konflikter som eskalerer ut fra trivielle uenigheter. Anniken sier at det kan være personer som er så sinte at de ikke bryr seg om hvem det går ut over, hvor lenge de får "raged", eller skreket, ifra seg. I disse tilfelle vil det nødvendigvis ikke være offeret det går verst ut over, men personen bak som i tillegg til å ha det vanskelig får stempelet som "nettmobber". Det å bli stemplet som en som mobber andre på nettet, viste seg å være svært negative slik informantene mine omtalte dem.

4.4.4 Informantenes stigmatiserende syn på mobberne

Aurora var den eneste av mine informanter som hadde opplevd nettmobbing, men samtlige informanter hadde observert hva de ville definere som nettmobbing. Karl som hadde opplevd konsekvensene av nettmobbing i forhold til at en nær venn ble digitalt mobbet beskrev de som var delaktige som: : "...noen skikkelig kjempeidioter som ingen ville ha noe med å gjøre når man så hvor dust de egentlig var". Informantene ble spurt spørsmål omkring hvem det var som utførte den digitale mobbingen:

”Jeg tenker at det er som oftest tapere som sitter bak en skjerm fordi de er feige og usikre. De som blir kalt mobbere er ikke kule lenger i det hele tatt”. (Kjetil)

Ifølge Kjetil er mobberne ”tapere”, ungdommer som føler seg utenfor og usikre. Dermed blir nettmobbing en måte å skulle ”ta igjen” ved at de kan sitte bak en skjerm uten å måtte konfronteres med sine feige handlinger. Kjetil sitt syn ble også underbygget av de andre informantene:

”Jeg tror at det er personer som føler seg veldig utsatt selv, også vil de føle makt over en annen person så de prøver å bryte dem ned. Jeg vet ikke helt jeg, men de er i alle fall helt utrolig tragiske! Jeg har et veldig dårlig inntrykk av dem som gjør det” (Amalie)

Amalie trekker frem at det er personer som selv føler seg utsatt for å bli nettmobbet som mobber andre på nettet. Gjennom å mobbe andre forsøker de derfor å få makt over andre personer ved å bryte dem ned. Amalie trekker dermed inn maktaspektet ved nettmobbingen, hvor de som nettmobber kan sees på som personer uten påvirkning på om de selv blir nettmobbet. Dermed er det eneste de kan oppnå en følelse av kontroll er ved å mobbe andre. Amalie sitt negative syn på mobberne, var også noe Annette delte:

”Helt ærlig så skjønner jeg ikke det der. Kanskje de har litt dårlig selvtillit eller har lite å gjøre og dermed ikke er så interessante. Det har nok også noe med sjalusi og misunnelse å gjøre” (Annette)

Annette trekker frem sjalusi og misunnelse som grunner til at noen velger å nettmobbe andre ut fra at de har et lite interessant liv og dårlig selvtillit. Kjetil, Amalie og Annette sine beskrivelser av dem som mobber andre på nettet er representativt for mine informanter. Ord som ”tapere”, ”idioter”, ”feige”, ”misunnelige” og ”usikre” gikk igjen hos flere og viser et svært negativt syn på nettmobbere.

Noe av det som gikk igjen i informantenes syn på nettmobberne var at de selv var utstøtte, utsatte og lite populære ungdommer. Sett i lys av Goffman ([1963] 2009) følger det å bli sett på som en nettmobber til at personene blir stigmatisert. Ikke bare blir de tillagt negative egenskaper fordi de trakasserer andre, men de blir også sett på som utsatte, usikre og upopulære. Både bakgrunnen for og selve handlingen blir av mine informanter forbundet med svært negative egenskaper hos personer. Ungdommenes fordømmende syn på mobberne sier

oss noe angående hvilke normer de oppfatter som gjelden på de sosiale mediene. Ungdommene ser svært negativt på å mobbe andre, noe som kan tyde på en norm hvor ungdommer i sitt bruk av sosiale medier ikke skal trakassere og henge ut andre. Å bryte normene vil være forbundet med stigmatisering, som kan sees på som en sanksjon. Ungdommene mener at mobbing, negative og trakasserende handlinger mot andre kan sees på som å ikke samsvare med deres oppfattelse av normene. Normene er ifølge Goffman ([1963] 2009) tolkningsgrunnlaget for ungdommene når de opptrer innenfor en fasade. En mistolkning av normene, som å mobbe andre, vil i lys av Goffman føre til store negative konsekvenser for individet slik mine informanter beskriver.

Hvordan informantene så på nettmobbere kan også sees i lys av Pierre Bourdieu ([1979] 2005). Ved å selv ha begrenset tilgang til nettverk og få venner, altså lav sosial kapital, vil de prøve å overføre dette negative selvbildet til andre. Den lave sosiale kapitalen kan sees på som å legge føringer på nettmobberens handlinger mot andre. Handlinger som går imot feltets sosiale normer, og som igjen vil føre til færre venner og utestengelse fra nettverk. Slik kan det å bli stemplet som en nettmobber føre til lavere sosial kapital, hvor de får færre venner og få muligheter til å benytte seg av godene et stort nettverk kunne skapt.

Oppsummering

Nettmobbing blir av alle mine informanter oppfattet som trakasserende og negative handlinger gjort mot andre gjennom de sosiale mediene. Ungdommenes sammenfallende syn på hva nettmobbing faktisk er, avviker derimot mot hvordan de som har opplevd nettmobbing tett på kroppen beskriver og definerer sine opplevelser. Dette funnet er trukket opp mot at det for ungdommer vil være et stigma knyttet opp mot å være et offer for nettmobbing, og at dette er noe de ønsker å unngå. Alle informantene uttrykket et negativt syn på nettmobbing, og analysen har vist to hovedforklaringer på hvem som blir utsatt for det gjennom 1) ”Det upopulære mobbeofferet” og 2) ”Det tilfeldige mobbeofferet”. Informantene så på nettmobberene som personer med svært dårlige personlige egenskaper, noe som er knyttet opp mot en stigmatisering. Mine funn viste at ungdommenes normer i bruk av sosiale medier er knyttet til å ikke utsette andre negative og krenkende handlinger. I tillegg omtalte informantene normene for hvordan ungdom kan få slutt på nettmobbingen ved at de ikke kan fortelle det til voksenpersoner. Videre har analysen tatt for seg hvordan ungdommene ser på dem som bryter normene noe som viste et stigmatiserende syn både på nettmobberen i tillegg til den som blir nettmobbet.

5.0 Avslutning

Dette kapitlet vil gjennomgå studiens tema og datagrunnlag, hovedfunn og teoretisk diskusjon. Studien avsluttes med forslag til videre forskning.

5.1 Tema og datagrunnlag

Studiens utgangspunkt er problemstillingen: ”Hvordan påvirker normer ungdommer bruk av sosiale medier?”. Studiens analysedel er delt opp i tre undertemaer 1) Ungdommers normerte bruk av sosiale medier 2) Sosialt hierarki i bruk av sosiale medier 3) Nettmobbing. Undertemaene viser forskjellige sider og aspekter ved hvordan ungdom forholder seg til normer og felles oppfattelser i sitt bruk av de sosiale mediene Facebook, Twitter og Instagram.

Mitt datagrunnlag er basert på et utvalg av åtte ungdommer i alderen 16 til 17 år som er elever ved en videregående skole i Norge. Utvalget er ikke statistisk representativt, da det er for få informanter som ikke representerer diversiteten i befolkningen. Likevel kan undersøkelsen gi et grunnlag for å forske videre på hvordan ungdom forholder seg til normer i sitt bruk av sosiale medier, ut fra en analytisk generaliserbarhet.

5.2 Hovedfunn og datagrunnlag

Informantene har når det gjelder bruk av sosiale medier sammenfallende oppfattelser om at a) Statusfeltet på Facebook blir kun brukt av eldre brukere, og ungdom som har et oppmerksomhetsproblem, b) Gjennom ”tweets” på Twitter kan ungdommene uttrykke personlige tanker og følelser samt oppdateringen omkring hverdagslige hendelser, men det er fortsatt en grense for hvor intim og personlig de kan være, c) ved publisering av bilder på Facebook legges det mye krefter og vurderinger omkring hvilke profilbilder de laster opp, mens det på Instagram er en lavere terskel for å laste opp bilder. Mine funn viser at informantene har sterke meninger om, og felles oppfattelse av, normer i bruk av sosiale medier. I tillegg er det innenfor de ulike sosiale mediene og deres muligheter for bruk også varierer hvilke normer som er gjeldende.

Sosialt hierarki har vært den andre underproblemstillingen som analysen har konsentrert seg rundt. Det sosiale hierarkiet og nettverket til ungdommene viser hvordan ungdommene vurderer og oppfatter normer angående: 1) Antall og bredde av nettverk 2) Antall ”likes” som

en bekreftelse på popularitet 3) Oppfattelse av sosialt hierarki gjennom å sammenligne seg med andre. Mine funn viser at ungdommene har to ulike tilnærminger til hvem de tillater i sitt digitale nettverk. Mens det for noen var viktig å begrense nettverket for å sikre kvalitet og nærhet til kontaktene, var andre mindre selektive på hvem de godtok og la til i nettverket. Mine funn viste at uansett hvilken av de to tilnærmingene ungdommene hadde med tanke på sosialt nettverk, var det kvaliteten og antallet tilbakemeldinger og ”likes” som var det viktigste. Flere av informantene omtalte et stort nettverk og et høyt antall likes i forbindelse med å ha en høy posisjon innenfor det sosiale hierarkiet. Et interessant funn i den sammenheng var hvordan de omtalte muligheten for å øke sin sosiale anseelse i sammenheng med et allerede bredt nettverk. Dette viser at ungdom i forhold til digitale nettverk er opptatt både av størrelse, kvalitet og hvilke muligheten nettverket gir for å oppnå flere og bedre tilbakemeldinger.

Det siste undertema for denne analysen har omhandlet nettmobbing gjennom å se på 1) Hvordan ungdommene oppfatter og definerer nettmobbing 2) Egne opplevelser av nettmobbing 3) Hvem de digitale mobbeofferne er 4) et stigmatiserende syn på nettmobberene. Ikke overraskende viste mine funn at informantene hadde et svært negativt syn på dem som nettmobbet. Ungdommene satte de som utøvet nettmobbingen i sammenheng med negative egenskaper og en usikkerhet preget av misunnelse og dårlig selvtillit. Informantene hadde et sammenfallende syn på hva nettmobbing faktisk er, og at det blir sett ned på i deres nettverk. Likevel var det et spennende funn at på tross av en klar oppfattelse av hva nettmobbing er, var informantene mer forsiktig å sette navn på sine negative erfaringer som nettmobbing. Dette viser at det er også en skam og et stigma knyttet opp mot å være ”mobbeoffer”.

Ungdommene er konstant tilgjengelig på de sosiale mediene og sjekker mobiltelefonen kontinuerlig i løpet av dagen. Mine funn viser at deres bruk i høy grad er styrt av deres oppfattelse av normer. Gjennom ”likes” og kommentarer får ungdommene inntrykk av hva som er greit å skrive hvor, hvilke bilder de kan publisere på hvilket medium og ikke minst hvilke følger det kan få om de bryter normene. Ungdommenes sterke meninger omkring nettmobbing viser at å bruke de sosiale mediene til å trakassere og gjøre sårende handlinger mot andre er normbrytende, og blir satt i sammenheng med svært negative personlige egenskaper. På samme måte er det å bli stemplet som et mobbeoffer lite attraktivt for ungdommene, og viser nødvendigvis et brudd med deres ønske om at de sosiale mediene skal kunne bekrefte og generere en høy anseelse i det sosiale hierarkiet.

5.3 Teoretisk diskusjon

Studien har tatt utgangspunkt i tidligere forskning og sosiologisk teori med utgangspunkt i Pierre Bourdieu og Erving Goffman. Den tidligere teorien har omhandlet ungdommer bruk av sosiale medier, og har vært nyttig i forhold til å knytte informantenes utsagn opp til resultater som tidligere har kommet frem gjennom forskning.

Pierre Bourdieu([1979] 2005) sitt begrep omkring sosialt felt har bidratt til å forklare hvilke normer ungdommene forholder seg til i bruk av de sosiale mediene. Ved å se på hvert av de ulike sosiale mediene som et eget sosialt felt, har analysen også kunnet ta for seg forskjeller mellom Facebook, Twitter og Instagram. Videre har Bourdieu sine kapitalbegreper vært relevante for å se på de delene av analysen som omhandler sosiale hierarki og nettmobbing. Ved å også trekke inn digital kapital ved DiMaggio mfl. (2001) og har det gitt mulighet til å se ungdommens bruk i sammenheng med hverandre. I analysen har digital kapital vært nyttig for å kunne sette informantenes utsagn i sammenheng med hvordan de begrunner sine handlinger. Gjennom å anvende begrepet om digitale kapitalen har normene i ungdommenes bruk av de ulike sosiale mediene vist seg å ha en påvirkning på deres sosiale kapital ved Bourdieu ([1979] 2005). Den sosiale kapitalen sammen med Bourdieu sine begreper sosial struktur, subjektive erfaringer og sosiale orden verdifull for å kunne belyse mine funn omkring normer og felles oppfattelse.

Erving Goffman ([1959] 1992, [1963] 2009) sin teatraliske metafor med hovedtyngde på inntrykkskontroll har vært med på å kunne belyse hva og hvor ungdommene publiserer på de sosiale mediene. Inntrykkskontroll og kulisser har vært viktig for å begrunne hvordan og hvorfor ungdommene har ulike rolleutøvelser gjennom begrepene inntrykk, uttrykk og rolleopptreden. Videre har Goffmans begreper omkring Frontstage og Backstage vært relevant for å se på hvordan ungdommene planlegger sin opptreden frontstage og forberedelsene backstage. Hvilke bilder ungdommene ser på som vellykkede og forventede har blitt trukket opp mot Goffman sine begreper om fremtoning og manerer. Disse begrepene har satt tolkning av normer i sammenheng med ungdommenes ønske om å avgi et ”idealisert bilde” av seg selv. Goffman har også vært helt avgjørende for å se på hvordan informantene har omtalt mistolkning av normene gjennom begrepet stigma. Goffmans begrep om stigma har vist hvordan ungdommene anser normbrytende oppførsel er forbundet med de negative

egenskapene de tillegger de som utøver nettmobbingen. I tillegg har stigma i analysen kunne belyse hvordan ungdommene ser på det som uønsket å bli stemplet som ”mobbeoffer”.

I løpet av analysen har Bourdieu og Goffman i midlertidig blitt supplert med sosiologisk teori av Anthony Giddens og Charles Horton Cooley. Giddens (1991) har blitt brukt for å kunne gi et dypere og alternativt innblikk gjennom teorien om ”det refleksive selvet” angående hvordan informantene har forandret sin adferd ved bruk av sosiale medier. Cooley (2009) bidro til å kunne forklare hvorfor og hvordan sammenligning med andre kan forklare hvordan ungdommene ser på egen og andres posisjon i det sosiale hierarkiet. Ved å trekke inn både Giddens (1991) og Cooley (2009) i analysen viser dette at også de er relevante for å svare på problemstillingen. Likevel ville de ikke kunne gitt et like godt utgangspunkt og helhetsgrunnlag for å se på hvordan ungdommenes bruk av sosiale medier er påvirket av deres oppfattelse av normene slik Bourdieu (1979] 2005) og Goffman ([1959] 1992, [1963] 2009) har gjort.

5.4 Videre forskning

Denne studien har tatt generert flere interessante funn som kunne vært gjenstand for videre forskning. Mine informanter var alle enten 16 eller 17 år, og det hadde vært interessant å forske videre på hvordan ulike aldersgrupper og generasjoner oppfatter normene. Dermed kan en mulighet for videre forskning være å gjennomføre undersøkelsen i ulike aldersgrupper. Mine informanter uttalte blant annet at voksne og eldre brukere hadde et annet tilnærming til hva de publiserer på statusfeltet på Facebook. Stemmer dette? Og vil det også være forskjeller på hvordan de vurderer bilder de legger ut? Problemstillinger som går dypere inn på aldersstyrt bruk av sosiale medier vil interessant. Videre har jeg heller ikke tatt høyde for kjønnsaspektet, noe som også ville vært spennende å forske videre på. Legger jenter og gutter vekt på forskjellig forståelse av og utføring i sammenheng med normene på sosiale medier? Hvordan ser jenter på guttenes bruk av sosiale medier, og omvendt?

Et tredje aspekt som ikke har vært fokus i denne studien men som kan gjennomføres med tanke på tolkninger av normer er klasseaspektet, som naturlig kunne trekkes inn gjennom Bourdieu. Vil klasser være avgjørende for hvordan ungdommer bruker sosiale medier? Publiserer de ulikt materiale gjennom tekst og bilder, gjennom å se på hvordan de vurderer innhold ut fra sitt klassemessige ståsted? Disse spørsmålene sammen med problemstillinger omkring hvorvidt de sosiale mediene er med på å videreføre de sosiale klassene hadde vært

spennende tema for videre forskning. Det vil nødvendigvis kreve et mer omfattende analyseringsgrunn hvor også informasjon omkring informantenes klassemessige bakgrunn må ligge til grunn.

Med tanke på nettmobbing, ble jeg overrasket over funnet som viste at det er knyttet et stigma opp mot det å bli mobbet, ikke bare å være en mobber. Derfor kunne det vært spennende for videre forskning å fokusere på hvordan stigma omkring det å bli stemplet som et ”mobbeoffer” er opp mot stigmatiseringen som er knyttet til å være en ”mobber”. Ved å ta for seg informanter som har opplevd nettmobbing, vil det også være interessant å se nærmere på hvilke strategier ungdommene inntar for å få slutt på nettmobbingen. Er skammen og stigmatiseringen som er knyttet til å være et offer for nettmobbing så sterkt at ungdommer prøver å skjule situasjonen? Hvilke muligheter har ungdommer som opplever å bli trakassert og uthengt gjennom sosiale medier til å få slutt på nettmobbingen, og hvordan fungerer disse tiltakene?

Funnene i denne studien har tatt for seg et tema som ville vært spennende og sosiologisk relevant å forske videre på. Ungdom bruker mye av sin tid på de sosiale mediene, og mine funn tyder på at deres bruk av dem er planlagt og viktig i forhold til selvtutfoldelse og sosialt hierarki. Gjennom arbeidet med innhentning av data og bearbeidelsen av dem har jeg flere ganger blitt overrasket og reflektert omkring hvor stor del av livet vårt som faktisk utspiller seg og blir påvirket av de sosiale mediene.

Literaturliste

boyd, danah m. & Ellison, Nicole B. (2007). Social Network Sites: Definition, history and scholarship. I *Journal of Computer-Mediated Communication*, 210-230. Vol 13, Issue 1, 2007.

Lastet ned 30.02.2014 fra

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full>

Bourdieu, Pierre ([1979] 2005). *Distinksjonen*. Oversatt av Annick Prieur. Oslo: Pax Forlag AS.

Castells, Manuel (2010). *The rise of the network society*. West Sussex: Blackwell Publishing Ltd.

Cooley, Charles Horton (2009). *Human nature and the social order*. New York: Scribner's sons.

Dalen, Monica (2011). *Intervju som forskningsmetode – en kvalitativ tilnærming*. Oslo: Universitetsforlaget.

DiMaggio, Paul, Eszter Hargittai, W. Russel Neuman & John P. Robinson (2001). Social implication of the internet. I *Annual Review of sociology*, 307 - 336. Vol 27, 2001. Lastet ned 01.05.2014 fra

<http://www.jstor.org/stable/2678624>

Facebook.com (2014). *Facebook*. Hentet 29.01.14 fra

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

Giddens, Anthony (1991). *Modernity and self-identity*. Cambridge, Cambridge: Polity Press.

Goffman, Erving ([1959] 1992). *Vårt rollespill til daglig*. Oversatt av Kari og Kjell Risvik. Oslo: Pax Forlag.

Goffman, Erving ([1963] 2009). *STIGMA. Om agvigerens sociale identitet*. Oversatt av Brian Gooseman. Fredriksberg: Samfundslitteratur.

Haugseth, Jan Frode (2013). *Sosiale medier i samfunnet*. Oslo: Universitetsforlaget.

Homans, George. C (1961). *Social behavior: its elementary forms*. New York: Harcourt, Brace & World.

Instagram.com (2014). *Instagram*. Hentet 29.01.14 fra <http://instagram.com/#>

Kvale, Steinar (1997). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal Norske Forlag AS.

Livingstone, Sonia (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. I *New Media & Society*, vol 10, 2008, (393 – 411). Hentet 30.02.2014 fra http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_%28LSERO%29.pdf?origin=publication_detail

Lykkebø Hafsaas, Synne (2014). *Slik påvirkes ungdoms selvbylde av sosiale medier*. Hentet 30.05.2012 fra <http://www.tv2.no/a/5398932>

Medietilsynet (2012). *Barn og medier 2012 – Fakta om barn og unges (9-16 år) bruk og opplevelser av medier*. Hentet 01.03.2014 fra http://www.medietilsynet.no/PageFiles/11282/120917_Rapport_barn_web.pdf

Markeds og medieinstituttet (MMI) (2013). *Bruken av sosiale medier fortsatt stigende i Norge*. Hentet 01.03.2014 fra <http://ipsos-mmi.no/Bruken-av-sosiale-medier-er-fortsatt-stigende-i-Norge>

Nærbøe, Jens (2011). I 8.klasse er du villig til å gå over lik. Unge jenters beskrivelse av aggresjon, trakassering og mobbing på internett. *Tidsskrift for psykisk helsearbeid*, vol 1, 2011, s 15-23. Hentet 30.03.2014 fra:

<http://www.idunn.no/ts/tph/2011/01/art11>

Olweus, Dan (1994). Bullying at school. I Huesmann, L.Rowell (Red) (1994): *Agressive Behavior: current perspectives* (97 - 130). New York: Plenum Press.

Olweus, Dan (2012). Cyberbullying: An overrated phenomenon? I *European Journal of development*, 9:5, s 520-538.

Oudmayer, Kristin (2010). *Fordi jeg fortjener det? – En bok om mobbing, håp og ansvar*. Oslo: Humanist Forlag As.

Oxford Dictionaries (2014). *Selfie: definition of selfie in english*. Hentet 28.05.2014 fra <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/selfie>

Skog, Berit (2011). *Mot et upersonlig statusfelt*. Hentet 16.05.14 fra <http://www.forskning.no/blog/bersko/282659>

SNL.no (2014). *Norm-sosial – Store Norske Leksikon*. Hentet 09.04.2014 fra <http://snl.no/norm/sosial>

Staksrud, Elisabeth (2013). *Digital mobbing. Hvem, hvor, hvordan, hvorfor – og hva kan voksne gjøre?*. Oslo: Kommuneforlaget AS.

Tapscott, Don, Alex Lowy & David Ticoll (2000). *Digital Capital - Harnessing the Power of Business Webs*. Boston: Harvard Business Review Press.

Thagaard, Tove (2002). *Systematikk og innlevelse: En innføring i kvalitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget.

Tjora, Aksel (2010). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal Norsk forlag AS.

Twitter.com (2014). *About Twitter, Inc.* Hentet 29.01.14 fra

<https://about.twitter.com/company>

Vaage, Odd Frank (2014). *Norsk mediebarometer 2013. Oslo – Kongsvinger, Statistisk Sentralbyrå.* Hentet 01.04.2014 fra

<https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/artikler-og-publikasjoner/norsk-mediebarometer-2013>

Wallace, Kelly (2013). *The upside of selfies: social media isn't all bad for kids.* Hentet 30.05.2014 fra

<http://edition.cnn.com/2013/11/21/living/social-media-positives-teens-parents/>

Tabeller

Tabell 1: Oversikt over studiens informanter og bruk av sosiale medier.....	21
Tabell 2: Eksempel på temabasert koding.....	24

Vedlegg

Vedlegg 1: Intervjuguide

Tusen takk for at du stiller opp i dette intervjuet.

Jeg heter Kristin Solheim Jacobsen, og kommer fra institutt for sosiologi ved NTNU i Trondheim

Jeg skriver en masteroppgave i sosiologi med tema som omhandler negative og positive erfaringer ved bruk av sosiale medier. Derfor ønsker jeg å stille deg en del spørsmål om hvilke sosiale medier du bruker, og dine erfaringer ved dem.

Alt som blir sagt under dette intervjuet er konfidensielt, og du vil såklart være anonym i oppgaven. Det betyr at jeg vil lage et fiktivt navn, og at jeg ikke tar med noe som gjør at du kan identifiseres av andre.

Opgaven kommer kun til å bli lest av meg, veileder og sensorene.

Om du ønsker det kan du gjerne få lese oppgaven etter den er vurdert av sensor, bare kontakt meg.

Du kan trekke deg når som helst under intervjuet, også etter intervjuet er ferdig, og jeg vil såklart respektere dette.

Er det greit at jeg bruker båndopptaker? Lydfilene og transkriberingen vil bli slettet når jeg er ferdig med oppgaven.

Innledning:

- Kan du fortelle litt om deg selv?
- Hvor gammel er du?
- Hva liker du å gjøre på fritiden?

Bruk av sosiale medier:

- Hvilke sosiale medier bruker du?
 - Facebook
 - Ask.Fm
 - Instagram
 - Snapchat
 - Twitter
- Hvilket sosial medie bruker du mest tid på?
- Hvor lang tid kunne du gått uten å bruke de sosiale mediene?
- Har du noen tanker omkring hva nettmobbing er?
 - hvordan tar det form?
 - Hvem ”bestemmer” at det er nettmobbing?
- Har dere fått noen informasjon omkring nettmobbing på skolen?

Facebook:

- Hvor lenge har du hatt FB?
- Hva pleier du å gjøre når du er på FB?
 - Chat?
 - Titte på andres profiler?
 - Oppdatere statusfelt?
 - Legge ut bilder?

- Medlem av grupper?
- Har du noen gang vurdert å slette profilen din? Hvorfor/hvorfor ikke?

Sosialt nettverk på FB:

- Hvor mange venner har du på FB?
- Er det viktig å ha mange venner på FB?
- Hvorfor?
- Er det noen du ikke har godtatt forespørselen fra?
- Hvem?
- Hvorfor?
- Er det noen som ikke har godtatt din forespørsel som du vet om?
- Hvem?
- Har du noen tanker om hvorfor?
- Har du slettet noen av dine tidligere venner på FB?
- Hvorfor?
- Er det noen som har slettet deg fra sine kontakter?
- Har du opplevd at noen har laget en falsk profil av deg?
- Vet du om noen venner eller bekjente som har opplevd dette?

Har du noen gang opplevd å bli ”facerafet”? / Har du ”facerafet” andre?

- at andre har tatt over din profil og lagt inn informasjon på din facebookkonto som du ikke ønsket skulle være der/ latterliggjør deg?

Personlige meldinger på FB:

- Med hvem bruker du å sende personlige meldinger med?
- Har du noen gang opplevd å få ubehagelige meldinger på personlig melding?
- Av hvem?
- Hvorfor opplevde du det som ubehagelig?
- Hva gjorde du med det?

Statusoppdateringer

- Hvor ofte oppdaterer du statusen din på FB?
- Hva pleier du å skrive på statusen?
- Hva du gjør?
- Hvor du er?
- Meninger? Om hva?
- Følelser?
- Linker til nettsteder osv?
- Hva er viktig når man oppdaterer statusen?
- Tilbakemelding: Ved kommentarer? Likes?
- Har du noen gang reagert negativt på andres statuser?
- Hvorfor?
- Gav du uttrykk for dette? I tilfelle hvordan? Kommentar/likes/personlig melding?
- Har du noen gang fått negative tilbakemeldinger på dine statusoppdateringer fra andre?
- På hvilken måte? Kommentarer?

- Hva pleier du å ”like” på andres profiler?
 - Stuser?
 - Bilder?
 - For å vise at du faktisk har en positiv oppfattelse av det de har lagt ut?
 - Kan likes brukes for å signalisere noe annet enn at man faktisk liker det man ”liker”?
- I tilfelle hva? Ironi? Sarkasme? Latterliggjøre?

Tagging på Facebook:

- Tagger du andre i statusen?
- I hvilken sammenheng?
- Spør du de om tillatelse?
- Har du blitt tagget av andre?
- Av hvem?
- I hvilken sammenheng?
- Spør de om tillatelse?
- Har du blitt tagget i en status som du ikke likte?

Hvorfor?

- Har du opplevd at det har blitt lagt ut bilder av deg på Facebook som du ikke ønsket var det?
- Hva gjorde du med situasjonen?
- Har du untagget bilde av deg selv?
- hvorfor?
- Bad du også om at bildet ble slettet?
- Av hvem ble det lagt ut av?
- Har du blitt spurt om å slette bilder av andre som du har lagt ut?
- hvorfor?
- Hvilke bilder legger du ut på FB?
- deg selv/kjæreste/familie/natur/kjæledyr/aktiviteter osv
- Har du fått negativ tilbakemelding på bilder du har lagt ut?
- Har du gitt negativ tilbakemeldinger på bilder som andre har lagt ut?

Negative opplevelser ved bruk av FB:

- Har du noen negative opplevelser ved bruk av FB?
- Blitt ertet
- Negative kommentarer
- Omtalt negativt på andres profiler
- Ikke fått likes
- Latterliggjørt
- Ikke blitt invitert til eventer
- Har noen andre fortalt deg om at de har opplevd noe negativt?
- ertet/negative kommentarer/omtalt negativt/latterliggjørt
- Hvordan reagerte du/de?

- Har du noen gang blitt mobbet på FB?
- Hvordan skjedde det?
- Hvordan opplevde du dette?

- Gjorde du noe for å få stopp på dette?
- Har du blitt fortalt om eller sett at andre blir mobbet på FB?
- Hvem var det?
- hvordan foregikk det?
- Ble det gjort noe for å stoppe dette?
- Hva ble gjort? (Av deg selv, lærere, foreldre, venner, slettmeg.no, facebook)

Twitter:

- Hvor ofte pleier du å twittle? (Legge ut et innlegg på Twitter)
- Hva pleier du å skrive om på Twitter?
- Retwittre hva andre har lagt ut?
- Aktiviteter?
- Meninger?
- Har du selv eller noen du kjenner opplevd å bli mobbet/ hatt negative opplevelser på Twitter?
- hvordan?
- Noen har twittret om deg?
- Har retwittret noe du har skrevet?

Instagram:

- Hvor ofte legger du ut bilder på instagram?
- Hvilke bilder pleier du å legge ut på instagram?
- Deg selv
- venner
- Kjæreste
- Mat
- Natur
- Hva er det viktigste når du legger ut et bilde på instagram?
- Likes ?
- Kommentarer?
- Hvilken tilbakemelding pleier du å gi på andre bilder?
- Like?
- Kommentarer?
- Har du opplevd å få negative tilbakemeldinger på noen av bildene du har lagt ut?
- Hva var det bilde av?
- Hvilken form for tilbakemelding var det? Lite likes/negative kommentarer?

Om mobbing på sosiale medier:

- Hvorfor tror du noen velger å mobbe på sosiale medier?
- Hva kan ungdommer gjøre hvis de opplever negative opplevelser ved bruk av internett? Hvilke positive sider har sosiale medier?
- Hvilke negative sider har sosiale medier?

Takk for at du stilte til intervju!

Vedlegg 2: Godkjenning fra NSD

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Høfjergs gate 29
N-5007 Bergen
Pånsjø
Tel: +47 55 58 21 17
Fax: +47 55 58 96 50
nsd@nsd.uib.no
www.nsd.uib.no
Org.no: 985 321 884

Berit Skog
Institutt for sosiologi og statsvitenskap NTNU
Dragvoll
7491 TRONDHEIM

Vår dato: 20.02.2014

Vår ref: 37398 / 3 / HIT

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 30.01.2014. Meldingen gjelder prosjektet:

<i>37398</i>	<i>Negative og positive erfaringer ved bruk av sosiale medier</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>NTNU, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Berit Skog</i>
<i>Student</i>	<i>Kristin Solheim Jacobsen</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet, og finner at behandlingen av personopplysninger vil være regulert av § 7-27 i personopplysningsforordningen. Personvernombudet tilrår at prosjektet gjennomføres.

Personvernombudets tilråding forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldepliktens, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 06.06.2014, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Katrine Utaaker Segadal

Hildur Thorarensen

Kontaktperson: Hildur Thorarensen tlf: 55 58 26 54

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Kristin Solheim Jacobsen Kristinsjacobsen@gmail.com

Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.

Andelingskontorer / District Offices

OSLO NSD: Universitet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47 22 85 52 31. nsd@iuh.no
TRONDHEIM NSD: Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47 73 59 19 07. kjenn.sorvoll@ntnu.no
TRONDHØP NSD: SVT, Universitet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47 77 64 43 36. nsd@svt.uib.no



Ifølge prosjektmeldingen skal det innhentes muntlig samtykke basert på muntlig informasjon om prosjektet og behandling av personopplysninger. Personvernombudet forutsetter at det gis muntlig informasjon om følgende for at samtykket skal være gyldig i henhold til personopplysningsloven:

- formålet med prosjektet
- hvilke metoder som vil bli benyttet
- hvilke opplysninger som samles inn
- hva opplysningene skal brukes til
- hvem som vil ha tilgang på opplysningene
- at opplysningene vil bli behandlet konfidensielt
- at det er frivillig å delta
- at man kan trekke seg når som helst uten å måtte begrunne det
- dato for avslutt og at alle innsamlede opplysninger anonymiseres ved avslutt og i den ferdige oppgaven
- kontaktopplysninger til veileder og student.

Det anbefales at informasjonen også gis skriftlig.

Det tas høyde for at det vil kunne bli registrert sensitive personopplysninger om helseforhold (mobbing), jf. personopplysningsloven § 2 nr. 8 c).

Hovedregelen når det registreres sensitive opplysninger til forskningsformål om ungdom under 18 år, er at det må innhentes samtykke fra foreldrene. I dette prosjektet vurderer personvernombudet det imidlertid slik at ungdommer over 16 år kan samtykke til deltakelse på selvstendig grunnlag. Dette ut fra en helhetsvurdering av opplysningenes art og omfang.

Det vises til at ungdom i denne alderen har selvbestemmelse på en rekke områder. De kan bl.a. selv velge utdanning og samtykke til helsehjelp. Det er personvernombudets vurdering at ungdommene på 16 år og eldre i dette prosjektet har forutsetninger for å forstå hva deltagelse innebærer.

Prosjektet skal avsluttes 06.06.2014 og innsamlede opplysninger skal da anonymiseres og lydopptak slettes. Anonymisering innebærer at direkte personidentifiserende opplysninger som navn/koblingsnøkkel slettes, og at indirekte personidentifiserende opplysninger (sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. yrke, alder, kjønn) fjernes eller grovkategoriseres slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes i materialet.