

Solveig Myren

# Doing Gender i sosiale medier – Facebooks algoritmer og deres effekt på fremførelsen av kjønn

Bacheloroppgave i Medievitenskap

Veileder: Trond Aasland

Mai 2019



Solveig Myren

# Doing Gender i sosiale medier – Facebooks algoritmer og deres effekt på fremførelsen av kjønn

Bacheloroppgave i Medievitenskap  
Veileder: Trond Aasland  
Mai 2019

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Det humanistiske fakultet  
Institutt for kunst- og medievitenskap

 **NTNU**  
Norwegian University of  
Science and Technology



# Doing Gender i sosiale medier – Facebooks algoritmer og deres effekt på fremførelsen av kjønn

---

## Innholdsfortegnelse

SAMMENDRAG.....	2
INNLEDNING .....	2
TEORI.....	2
QUEER THEORY .....	2
KJØNNSROLLER OG ROLLEFORVENTNING.....	3
ALGORITMER OG FACEBOOK.....	4
METODE .....	5
RESULTATER .....	6
TABELL 1. TOP FEM RESULTATER AV INTERESSER FRA DATAINNSAMLINGEN FRA EMILIE OG KATRINES NEWS FEED* .....	6
TABELL 2. FORENKLET MASKULIN-FEMININ SKALA * .....	7
TABELL 3. RESULTATER AV TYPEN INNLEGG FRA DATAINNSAMLINGEN PÅ DATAMASKIN OG MOBIL .....	7
HVA BETYR DETTE? .....	7
TYPEN INNLEGG SOM KOM OPP VAR NOE FORSKJELLIG .....	7
INTERESSENE PASSER – MEN ER ‘GENDER’ RIKTIG REPRESENTERT? .....	8
«SEX» BETYR FORTSATT NOE .....	9
KONKLUDERENDE SAMMENDRAG.....	9
LITTERATURLISTE.....	12

## **Sammendrag**

I denne oppgaven har jeg undersøkt hvilke mulige effekter Facebooks algoritmer har på produksjonen og utførelsen av en kjønnsidentitet og forsøkt å forklare disse effektene ut fra teori om algoritmer, kjønnsidentitet og queer theory. Ettersom queer theory anser kjønn og identitet som en fremføring av gjentatte sekvenser av handlinger, har jeg gjennomført en kvalitativ innholdsanalyse av to informanternes Facebook News Feed hvor jeg har sett på hvilket innhold som presenteres for informantene. Da med fokus på hvilke interesser som representeres og hvorvidt innholdet kan beskrives som maskulint eller feminint, hvor den siste vurderingen ble gjort gjennom å plassere innholdet i en maskulin-feminin skala fra 1 til 10. I tillegg gjennomførte jeg to dybdeintervjuer av informantene; hvor ett intervju ble gjennomført før datainnsamlingen for å få et innblikk i hvordan informantene ville beskrive sin egen kjønnsidentitet og interesser, og ett intervju etter datainnsamlingen var gjennomført hvor informantene fikk spørsmål om resultatene fra datainnsamlingen. Blandingen av kvalitativ innholdsanalyse og dybdeintervju gjorde at det ble mulig å sammenligne hvordan Facebooks algoritmer har oppfattet informantenes kjønnsidentitet, og undersøke hvorvidt denne oppfatningen passer med måten informantene ville beskrive sin egen fremføring av kjønn. Ut fra denne undersøkelsen kom det fram at Facebooks algoritmer kan ha en effekt på fremføringen av kjønnsidentitet på minst fire måter; gjennom å oppfordring til å fremføre en kjønnsidentitet som ligner på måten de gjør sitt kjønn; gjennom å oppfordre til å fremføre en kjønnsidentitet som følger tradisjonelle kjønnsroller; gjennom å muliggjøre en alternativ form for fremføring som ikke ligner på måten de gjør sitt kjønn; og gjennom å presse på en alternativ form for fremføring som går imot måten de gjør sitt kjønn.

## **Innledning**

Representasjoner av ulike identiteter er viktig. Det er gjennom disse vi lærer oss hvordan vi skal oppføre oss, hvordan vi skal tenke om oss selv, og hvilket kjønn vi har (Edelman, 2016). Men dette er egentlig ikke hele sannheten; det er en forenkling av noen veldig kompliserte prosesser som er med på å skape en oppfattelse av egen identitet, selvbilde og kjønn. Mange av teoriene som omhandler identitet og kjønn ble skapt før inngangen av sosiale medier, og ikke minst før inngangen av mer kompliserte algoritmer som de vi har i dag. Dette gjør at vi ikke har så mye forskning som ønskelig på hvilken effekt mediene vi benytter hver dag kan ha på vår identitet- og kjønnskonstruksjon. Algoritmer har blitt en så sentral del av hverdagen at det er nesten garantert at man vil møte algoritmisk genererte resultater minst én gang hver dag (Wachter-Boettcher, 2017:144). Det er slike algoritmer som forteller deg også hva du skal lese, hva du skal se på Netflix, hvilke produkter du bør kjøpe, og hva du bør være interessert i (Wachter-Boettcher, 2017:144). Dermed har algoritmene makt over brukerne, og slik kan algoritmer være med på å påvirke produksjonen og reproduksjonen av deres kjønnsidentitet. Queer theory tar utgangspunkt i ideen om at ingenting ved vår identitet er fastsatt. Menneskers identitet er en flytende variabel satt sammen av ting du tidligere har sagt, uttrykt eller handlet, og er slikt noe som er sosialt konstruert (Gauntlett, 2008:147). For queer theory er kjønn bare en del av en persons identitet, og i denne oppgaven blir begrepet identitet brukt som et overordnet begrep som inkluderer blant annet kjønn, mens kjønn(-sidentitet) blir brukt i den forstand at det er noe flytende og skapes av individers gjentatte handlinger (Gauntlett, 2008:150).

Jeg har valgt å undersøke hvilke effekter algoritmer kan ha på vår sosialt konstruerte kjønnsidentitet, og dette skal jeg undersøke gjennom å bruke queer theory og teorier om kjønnsroller og algoritmer. Jeg har valgt problemstillingen: hvilke effekter kan Facebooks algoritmer ha på produksjonen og utførelsen av en kjønnsidentitet, og hvordan vil Queer Theory forklare disse mulige effektene? Dette skal jeg undersøke ved å gjennomføre en kvalitativ innholdsanalyse av to informanternes Facebook News Feed, i tillegg til å gjennomføre to dybdeintervjuer informantene. Dette vil vise meg hvordan informantene beskriver sin kjønnsidentitet og hvordan Facebook oppfatter deres identitet. I tillegg skal jeg undersøke om måten informantene gjør sitt kjønn gjennom interesser reflekterer innholdet som kommer opp under min undersøkelse.

## **Teori**

### **Queer theory**

Queer theory er en teoretisk retning innenfor sosiologien og filosofien som tar en opposisjonell posisjon til teorier om den binære inndelingen i samfunnet; både av kjønn, seksualitet og kjønnsroller (Southerton, 2011:1187). Mange mener queer theory begynte med arbeidet til Judith Butler og hennes bok «Gender Trouble:

Feminism and the Subversion of Identity» i 1990 (Gauntlett, 2008:145). Boken begynner med en kritikk av hvordan feminisme har behandlet kvinner som én gruppe med felles interesser og ønsker, basert på deres biologiske «sex» (Gauntlett, 2008:147). For Butler var denne inndelingen problematisk på flere måter; blant annet på grunn av det binære skillet mellom mann og kvinne; mellom «sex» som biologisk kjønn og «gender» som det kjønn man sosialiseres inn i; i tillegg til antagelsen at kjønn er noe fastsatt og uforanderlig (Salih, On Jufith Butler and Performativity, 2007:55).

Feminisme og sosiologien generelt har akseptert en binær modell av «sex» og «gender». Ifølge denne modellen som Butler kaller den 'heteroseksuelle matrix', er man født med et fast biologisk «sex» (mann eller kvinne) og gjennom sosialisering i kulturen blir denne kjønnsidentiteten (gender) bygget videre på med begreper som maskulinitet og femininitet, som til slutt bestemmer personens ønsker og lyster overfor det 'annet' kjønn (Gauntlett, 2008:148). Med denne modellen er det en tydelig sammenheng mellom det kjønn man er født inn i, og hvordan man uttrykker dette kjønn videre, i tillegg til hvordan man forholder seg til personer av det motsatte kjønn. Butlers teori kan plasseres i en noe annerledes modell, en modell som går ut på at du har en kropp, du kan uttrykke en identitet, og du kan ha lyster (Gauntlett, 2008:149). For Butler er det ingen sammenheng mellom kropp, kjønn og seksuelle lyster; de er alle sosialt konstruert. Faktisk sier Butler at det ikke finnes noe «sex» som ikke allerede er «gender», nemlig fordi det ikke finnes noe biologisk bestemt «sex» som ikke allerede er kulturelt bestemt gender (Salih, 2007:55). Hva som er mann og kvinne er allerede kulturelt konstruert gjennom språket, og det finnes ingen «naturlig» kropp som eksisterer før den får tilskrevet kulturelle normer og forventninger (Salih, 2002:46). Slik har Butler og queer theory knust det binære skillet mellom «sex» og «gender».

I motsetning til feministisk teori ser Queer theory kjønn som en flytende variabel som kan endre seg, og som en prosess man går igjennom hele livet (Salih, Judith Butler, 2002:44). Og denne prosessen kan knyttes til språket, da det er gjennom språket vi vi konstruerer kjønnsidentiteter (Salih, 2002:10). Gjennom språket og diskurser skaper man kjønn, det er slik man definerer hva som er feminint og maskulint, og hva som kjennetegner en kvinnelig og mannlig kropp. Men kjønnsidentiteter blir ikke bare definert av språket; de blir skapt av en prosess av gjentatte handlinger som fremfører en identitet (Gauntlett, 2008:150). Dette er et av hovedpunktene til queer theory; kjønn og identitet er noe man gjør på et spesifikt tidspunkt, heller enn noe du er. For Butler og queer theory finnes det ingen indre identitet som man handler ut fra, tvert imot, det er gjennom fremføringer og handlinger det kommer fram en identitet og et kjønn (Gauntlett, 2008:150). Kjønn er noe man gjør ved spesifikke tidspunkt; en sekvens av gjentatte handlinger som skaper et bilde av en identitet og et inntrykk av at den har vært der hele tiden (Salih, 2007:58).

Det finnes måter å endre samfunnets binære fordeling av kjønn, måter som verken queer theory eller Butler utdyper mye om. Butler og queer theory har tro på at mennesker kan gjenoppfinne kjønn og seksualitet gjennom alternative fremføringer av kjønn og identitet, gjennom subversion (Gauntlett, 2008:152). Butler argumenterer for at dersom samfunnet opplever uforutsigbare og tilfeldige fremføringer av identitet, fremføringer som utfordrer våre kjønnsrolle-forventninger, vil våre normative kategorier av kjønn bli rystet og til slutt også falle helt fra hverandre (Gauntlett, 2008:152). Dette er det Butlers boktittel «Gender Trouble» refererer til, hvor vi gjennom alternative fremføringer av kjønn kan demontere kjønnskategoriene som dominerer i samfunnsfagene og samfunnet generelt. Og ettersom vår kjønnsidentitet alltid blir produsert og reproduisert gjennom våre hverdagslige handlinger, vil valget å gå en annen retning med fremføringen ikke være et så stort valg som man kan anta (Butler, 2010:203). Men hvordan man kan gjøre disse alternative fremføringene sier Butler lite om, og dette, sammen med Butlers skrivemåte, er hvor mye av kritikken mot henne ligger. Parodi blir tatt opp som en alternativ forestilling hvor menn i drag kan være et eksempel på subversion, men Butler sier at dette ikke går langt nok ved at drag-artister ofte ender opp med å følge tradisjonelle kjønnsroller og skaper dermed ikke nok Gender Trouble (Gauntlett, 2008:152).

### **Kjønnsroller og rolleforventning**

Queer theory og Butler tar utgangspunkt i tanken at vår inndeling av kjønn og kjønnsrollene vi tilegner denne inndelingen er sosialt konstruert (Gauntlett, 2008:147). Likevel er det viktig å se på hvordan kjønnsroller kan være med på å opprettholde den heteroseksuelle matrix som Butler foreslo. I begrepet 'kjønnsrolle' ligger forestillingen at menn og kvinner møter ulike forventninger til hvordan de skal handle og tenke basert på deres

kjønn (Schiefløe, 2011:65). Disse kjønnsrollene har betydning for hvordan barn sosialiseres i samfunnet og slik også for forståelse av egen identitet (Schiefløe, 2011:208), og det er slike kjønnsroller Butler oppfordrer subversjon mot. Kjønnsroller forandrer seg over tid og kulturer, men i dagens vestlige samfunn ligger fortsatt mange tradisjonelle rolleforventninger til grunn for sosialiseringen av barn og unge. For eksempel er kvinner ofte ansett som emosjonelle, omsorgsorienterte, lite ambisiøse og passive, mens menn er ansett som rasjonelle, aggressive, pågående og aktive (Schiefløe, 2011:207-208). Disse rolleforventningene er ikke lett å gå imot, da man ofte kan oppleve rollestress og dissonans (Schiefløe, 2011:210). Dermed vil det være et opplevd press mot å følge rolleforventningene, et press som Butler og Queer theory oppfordrer å stå imot.

### **Algoritmer og Facebook**

En algoritme er det spesifikke settet av trinn som trengs for å utføre en type beregning (Wachter-Boettcher, 2017:121). Algoritmer utfører matematiske beregninger på lignende måte som mennesker, men forskjellen ligger i at datamaskiner klarer å gjennomføre disse beregningene på en mye større skala enn mennesker ville klart, i tillegg til mye raskere (Wachter-Boettcher, 2017:123). Men dette betyr ikke at datamaskinen ikke kan ta feil. Bli datamaskinen gitt en feilaktig algoritme med feil på datasettet eller i designet av hvordan den skal gå gjennom datasettet, vil datamaskinen ende opp med feil konklusjon (Wachter-Boettcher, 2017:123). I dag kontrollerer algoritmer et stort antall systemer vi daglig samhandler med, og de fleste av disse algoritmene er ansett som proprietære. Dett betyr at de er programvare som er eid av produsentene og blir dermed beskyttet under opphavsretten, noe som gjør at vi ofte ikke får innblikk i hvordan disse algoritmene fungerer eller er designet (Wachter-Boettcher, 2017:120-121). Som Pasquale forteller, lever vi i et «*black box*»-samfunn, karakterisert av manglende innsikt i hvordan hverdagslige algoritmer og teknologi fungerer og dermed også hvordan effekt de kan ha på oss (Beer, 2017:3).

Algoritmer har makt. Algoritmer gjør valg som påvirker de medierte livene våre og ettersom de blir fremstilt som komplekse og uforståelige systemer, tenker vi ikke så mye over hvordan de virker eller hvordan de kan påvirke oss (Wachter-Boettcher, 2017:128). Hvis datasystemer blir gitt algoritmer med innebygde skjevheter (bias) og kulturelle normer kan beregningen gi et feilaktig svar (Wachter-Boettcher, 2017:139). Safiya Noble (2018) har undersøkt hvordan Googles algoritmer har en innebygd skjevhet mot rase og kjønn, hvor svarte damer spesielt blir representert veldig stereotypisk og rasistisk i utvalget av linker og bilder som kommer opp i Google-søk. Hun forklarer dette som en algoritmisk undertrykkelse, hvor rasisme og sexismen er skjevheter som er innebygd i mange digitale mediers algoritmer, noe som forsterker disse skjevhetene i samfunnet (Noble, 2018:11). Dette er bare ett eksempel på hvordan algoritmer ikke er nøytrale datasett. De påvirkes i stor grad av holdningene og verdiene som deres skapere har, og disse holdningene blir forsterket og videreført i samfunnet gjennom måten deres algoritmer fungerer.

Facebook går under en gruppe kalt «neutral networks», og representerer derfor en versjon av kunstig intelligens. Neutral networks er teknologi bygd opp av algoritmer som lærer; den bruker historisk informasjon, analyserer den, identifiserer mønstre og bruker dette til å gjøre slutninger om ny informasjon den møter (Wachter-Boettcher, 2017:131). Dette gjør det mulig for algoritmene å gjøre store og kompliserte beregninger, som for eksempel at Facebook klarer å arrangere News Feed basert på informasjon om brukerens profil og aktivitet på Facebook, heller enn å måtte programmere hvert steg algoritmen skal ta. Jo mer informasjon algoritmen får, desto bedre blir resultatene. Facebook oppdaterte sin algoritme i januar 2018, og de holdte «Facebook-kurs» hvor de forklarte hvordan denne nye algoritmen fungerte (Boyd, 2019). Dette forklarte de selv som et forsøk på å gå mot black box-tendensen i samfunnet og vise transparens om hvordan deres algoritmer fungerte. Den nye algoritmen skal prioritere innhold med høy relevans til brukeren, innhold som vil skape det de kaller «meningsfull interaksjon» mellom brukere (Swan, 2018). Dette gjør at annonser som ikke skaper meningsfull interaksjon, eller annonser som ikke er relevant for brukeren, blir holdt utenfor News Feed. Men, annonsører har fortsatt mye makt på Facebook da de kan gi algoritmen noen ønsker om brukere de ønsker å nå (for eksempel alder, kjønn, stedsbefinnelse) (Facebook, 2019). Slik kan Facebook fortsatt være et relevant marked for annonsører, til tross for oppdateringen av deres algoritmer.

Den nye algoritmen bruker fire faktorer for å bestemme hvilket innhold skal komme opp i brukerens News Feed. Disse faktorene er innhold, Signaler, Prediksjoner og Score (Boyd, 2019). Inventory referer til alt innhold på Facebook som kan vises for en bruker. Signaler representerer all informasjon Facebook kan samle om et



spesifikt innhold, og signaler kan være basert på brukerens aktivitet gjennom kommentarer, likes, og delinger, men kan også gjennom informasjon om hvem som posted innholdet, når det ble utgitt, og hva klokken er nå (Boyd, 2019). Prediksjoner baseres på brukerens profil og aktivitet både på Facebook, i tillegg til bruk på andre nettsider og applikasjoner. Prediksjoner forsøker å finne ut hva som er sannsynlig at brukeren skal samhandle med, hvor innhold som er usannsynlig at man samhandler med blir holdt utenfor News Feeden (Boyd, 2019). Til slutt kommer Score, som fungerer ved at alt innhold får en verdi tilsatt basert på dens relevans for brukeren (Swan, 2018). Dette er noe av informasjonen Facebook har kommet ut med angående deres algoritmer, men selv med denne informasjonen vet vi fortsatt ikke med sikkerhet akkurat hvordan algoritmen fungerer eller hvilke kulturelle skjevheter den har innebygd. For eksempel vet vi ikke i hvor stor grad kjønn blir scoret når det kommer til prediksjoner, spesielt ettersom Facebook har mulighet for å skrive inn et egendefinert kjønn på profilen. En person kan selv føle at sitt «sex» ikke er ekstremt viktig for sine interesser, men dette kan være vanskelig for algoritmen å oppfatte ettersom kjønn generelt er et tema som er veldig komplisert å forstå.

## Metode

Ettersom queer theory fokuserer på hvordan man gjør kjønn, var det viktig å finne en metode for undersøkelsen av hvilke effekter Facebooks algoritmer kan ha på kjønnsidentiteten som får frem denne utførelsen av kjønn. En måte å gjøre dette på er å se på interesser, ettersom dette er knyttet til ulike måter man kan utøve sitt kjønn, og se på hvordan de passer de typiske kjønnsidealene i dagens samfunn. Dermed ville det være interessant å se på hvordan Facebook vil beskrive deres kjønnsidentitet gjennom hvilke interesser som innleggene i informantens News Feed representerer, i tillegg til å få innblikk i hvilke interesser informantene selv forteller de har. Dette gjorde at valget av metode ble fokusert på både en kvalitativ innholdsanalyse av informantens News Feed, men også på informantens erfaringer ved Facebook og egen kjønnsidentitet. For å få frem dette valgte jeg å gjennomføre en observasjon av informantens News Feed hvor jeg noterte alt som kommer opp og fikk tilgang til informantens Facebook profil for å kunne se i enda større grad hvordan Facebook vil klassifisere deres interesser og identitet. For å minske min mulige påvirkning på Facebooks algoritme gjennom min observasjon valgte jeg å gjennomføre datainnsamlingen ved å bruke informantens egne maskiner til samme tid annenhver uke. Jeg valgte å gjøre til sammen 5 datainnsamlinger, hvor jeg annenhver onsdag (til sammen 3 ganger) satt i en halvtime på informantens datamaskin, og annenhver fredag (til sammen 2 ganger) satt i en halvtime på informantens mobiltelefon. Disse dagene ble valgt både med tanke på informantens timeplan og på bakgrunn av undersøkelser gjort for å finne ut hvilke dager som er best å poste på Facebook (TicketCo, 2017). Jeg valgte i tillegg å gjennomføre datainnsamlingen både på informantens datamaskiner og mobiltelefoner for å se om det var ulikheter mellom hva som kom opp på News Feed på Facebooks nettside, og på deres applikasjon.

Jeg valgte å gjennomføre to dybdeintervjuer av informantene hvor jeg av hensyn til personvern ikke tok opptak av intervjuene, men heller noterte meg ned det som ble sagt, noe som også gav informantene tid til å tenke over sine svar. Dybdeintervjuet ble valgt for å se hvordan informantene opplevde deres egen kjønnsidentitet og bruk av det sosiale mediet. Det første intervjuet ble gjennomført før datainnsamlingen av deres News Feed begynte, og spørsmålene fokuserte på hvordan de ville identifisere seg selv, sine interesser og sin kjønnsidentitet, samt hvordan de benytter Facebook. Det andre intervjuet derimot ble gjennomført etter datainnsamlingen var ferdig, og fokuserte mer på hvordan informantene hadde oppfattet denne perioden av datainnsamlingen og om de hadde endret bruk eller blitt mer bevisst Facebooks mulige påvirkning på deres identitet. Ettersom denne metoden fokuserte på informantens personlige opplevelser og oppfatninger, valgte jeg å ha bare to informanter av samme kjønn for å få fram hvordan to personer av samme biologiske «sex» fremfører sitt kjønn på ulike måter. Med en innsnevring av det binære «sex» til «kvinne» benyttet jeg et strategisk utvalg for å velge to kvinner som kunne uttale seg på en reflektert måte om deres kjønnsidentitet og bruk av Facebook (Tjora, 2017:130). Disse kriteriene til utvalg av informanter gjorde at utvalget ble noe vanskelig, og enda vanskeligere ble det ettersom undersøkelsens tema og metode handlet om noe privat og dermed ble informantens vilje til å delta enda en utfordring. Rekrutteringen av informanter startet med at jeg sendte ut kriteriene og ønsket om deltakelse til folk i vennekretsen min, som delte disse kriteriene videre til jeg til slutt fant to kvinner som var villig til å delta.

For å analysere disse dataene og finne ut hvorvidt Facebooks oppsett av informantens News Feed kunne påvirke informantens kjønnsidentitet var det viktig å finne ut av hvilke interesser innleggene representerte og hvorvidt innleggene var mer typisk feminine eller maskuline. Interessene innleggene på informantens News Feed representerte kunne jeg finne ut ved å se på hvem som posted innleggene og selve innholdet. Dersom det

var sider eller grupper med fokus i et spesifikt tema (for eksempel nyheter eller sminke) var det ganske enkelt å se hvilke interesser innleggene representerte. I noen saker var det flere interesser som kom fram fra ett enkelt innlegg, og da satte jeg en regel at alle innlegg skulle knyttes til én interesse og da den interessen som kom tydeligst frem gjennom enten innhold eller avsender. Ved å notere ned alle interesser, én fra hvert innlegg som kom opp under datainnsamlingen, kunne jeg undersøke om måten informantene gjorde sitt kjønn gjennom interesser på Facebook passet med kvinnes egenfortalte interesser og slik undersøke om Facebooks algoritmer har påvirkning på kjønnsidentiteten. Når det kom opp sponsede innlegg gikk jeg også inn på en funksjon Facebook har kalt «hvorforser jeg dette?» og der kom det opp grunnene til hvorfor denne reklamen kom opp på News Feed, der man kunne blant annet se annonsørens ønsker for publikum de ville nå. Dette var det eneste jeg trykte inn på under undersøkelsen for å forhindre min påvirkning på algoritmene.

Videre valgte jeg også å finne ut om måten kvinnene fremførte sin kjønnsidentitet på Facebook var typisk feminint eller maskulint. Dette valgte jeg å gjøre gjennom å skape en skala fra 1 til 10 hvor 1 var typisk maskuline trekk og 10 var typisk feminine trekk, mens 5 var kjønnsnøytralt. For å skape denne skalaen var det viktig å finne ut hva som er typisk feminint og maskulint, og hvilke trekk og rolleforventninger som ligger i disse sosiale konstruksjonene. Her finnes det en del teori om kjønnsroller og forventninger, og vi ser at det fortsatt henger igjen tendenser fra de tidligere tradisjonelle kjønnsrollene (Schieffloe, 2011:208). Men for å få et ordentlig bilde av hvilke trekk som anses som feminine og maskuline benyttet jeg ikke bare teorier om kjønn og rolleforventninger, jeg benyttet også et enkelt google images søk om «typical masculine and feminine traits», et søk som resulterte i flere tabeller med trekk oppført under kategorien ‘typisk maskulin’ og ‘typisk feminin’. Et slikt søk på google kan vise kulturelle tendenser i samfunnet, men resultatene av et slikt søk kan i seg selv være basert på kulturelle skjevheter, skjevheter som Safiya Noble (2018) har undersøkt i hennes bok, og et lignende søk med bruk av norske søkeord kan gi andre resultater enn de som kom opp i forberedelsen til denne undersøkelsen. For å gi et bedre bilde på kjønnsrollene i det Norske samfunn benyttet jeg data fra SSBs tabell om sysselsetting i Norge, hvor jeg kunne se hvilke næringer menn og kvinner arbeider i, og slik også hvilke trekk som var typisk maskulint (yrker som krever styrke og håndverk (industri, anleggsvirksomhet)) og feminint (yrker som går ut på å ta vare på andre (helse, undervisning)) (Statistisk sentralbyrå [SSB], 2019). Ut ifra dette skapte jeg min skala for analysen hvor jeg i det ene ytterpunktet, typisk maskulin 1, satte trekk som: rasjonell, aggressiv, aktiv, og i det andre ytterpunktet, typisk feminin 10, satte trekk som: emosjonell, omsorgsorientert, passiv. Selve skaleringen av innleggene som jeg fikk opp under observasjonen var noe vanskelig å gjennomføre ettersom kjønnsrollene er i kontinuerlig endring og dermed er definisjonen av hva som er feminint og maskulint også i endring. For eksempel var et emne som politikk noe vanskelig å skalere, ettersom politikk gjennom historien har vært et maskulint yrke, men et yrke som kvinner i større grad har fått innføring i dagens samfunn. Dermed ble det satt som et kjønnsnøytralt tema. Andre emner var mer tydelige feminine eller maskuline. Emner som fokuserer på velvære og utseende er ansett som typisk feminine ettersom det fortsatt er omdiskutert om menn kan bry seg om disse tingene uten å være «homo» (Fleszer, 2018), og emner som kjøretøy og industri er veldig typisk maskuline, noe vi kan se i SSBs tabell om kjønnsfordelingen i ulike yrker i Norge, hvor menn topper yrker som er tilknyttet håndarbeid, transport og industri (Statistisk sentralbyrå [SSB], 2019).

## Resultater

**Tabell 1. Top fem resultater av interesser fra datainnsamlingen fra Emilie og Katrines News Feed\***

Interesse	Emilie
Mat	26
Humor	19
Nyheter	15
Klær	10
Politikk	8

Interesse	Katrine
Klær	25
Interiør	18
Beauty	12
Humor	12
Velvære	8

**Tabell 2. Forenklet maskulin-feminin skala\***

Skala	Emilie		Katrine	
	Antall	Prosent	Antall	Prosent
1 – 4 Maskulint	9	7,4%	13	10,2%
5 - Kjønnsnøytral	54	44,6%	42	33,1%
6 – 10 Feminint	58	48%	72	56,7%

(\*Se vedlegg 2 for en utvidet tabell)

**Tabell 3. Resultater av typen innlegg fra datainnsamlingen på datamaskin og mobil**

Typen innlegg	PC		Mobil	
	Emilie	Katrine	Emilie	Katrine
Basert på venners aktivitet	15,4%	5%	9,3%	0%
Sider likt	41%	20%	69,8%	25,5%
Innlegg i grupper	10,3%	45%	0%	42,6%
Sponsede innlegg	20,5%	21,25%	20,99%	31,9%
Anbefalte sider/innlegg	21,8%	8,75%	0%	0%

## Hva betyr dette?

### Typen innlegg som kom opp var noe forskjellig

Fra det første intervjuet fikk jeg fram en forståelse av informantenes kjønnsidentitet og interesser, og ettersom interesser viser ulike måter man gjør sitt kjønn på er dette relevant å undersøke for å få en full forståelse på hvordan Facebooks algoritmer kan ha effekt på kjønnsidentiteten. Fra utvalget av informanter ble «Emilie» på 21 år, og «Katrine» på 21 år valgt ut. Navnene deres er blitt anonymisert og all informasjon som kunne identifisere dem ble fjernet. Fra det første intervjuet kom det fram at Emilie og Katrine hadde noe ulike måter å både definere sin kjønnsidentitet og utøve denne kjønnsidentiteten. Katrine fortalte at hun anså seg selv som en ganske «jentejente», hvor hun hadde mange typisk feminine interesser som sminke, mote, velvære og trening. Emilie imidlertid hadde noe mer kjønnsnøytrale interesser, som sminke, klær, matlaging, spill, tv-serier/film og historie, interesser som reflekterer hvordan hun identifiserte sin kjønnsidentitet som en mellomting mellom noe feminint og maskulint. Noe interessant med dette var at begge informantene beskrev sin identitet og kjønnsidentitet som noe de gjorde, gjennom interesser og måter de samhandlet med andre. Spesielt interessant var Emilie som sa hun hadde både feminine og maskuline interesser, men ikke ville identifisere seg selv ut fra disse fordi hun ikke uttrykker eller handler etter disse interessene i virkeligheten. Begge kvinnene brukte Facebook hovedsakelig til tidsfordriv og kommunikasjon, og ingen av dem hadde noe minne av å oppleve et press på å endre sine interesser fra Facebooks anbefalinger eller News Feed. Dette var interessant å ta med seg inn i datainnsamlingen ved at allerede da hadde jeg fått et inntrykk av kvinnenes kjønnsidentitet og kunne se hvorvidt innleggene passet hvordan informantene selv forklarte de uttrykker sin kjønnsidentitet.

Typen innlegg som kom opp var det noe forskjeller i på innsamlingen gjennom datamaskin og mobil. For begge informantene var det rundt 20% av innleggene som var sponsede, uansett om innsamlingen skjedde via datamaskin eller mobiltelefon. Men den store forskjellen var at under innsamlingen på mobiltelefonene til informantene var det færre ulike typer innlegg som kom opp. Dette kan være interessant da typen innlegg ofte også bestemmer innholdet. For eksempel vil sponsede innlegg både være bestemt av annonsørens ønsker i samsvar med brukerens aktivitet og profil (Facebook, 2019). Dette kan gjøre at dersom annonsørene søker etter brukere av et spesifikt «sex» kan det være avgjørende om innlegget kommer opp i brukerens News Feed. Men det var ikke bare typen innlegg som var ulikt på innsamlingen gjennom datamaskin og mobil. Også innholdet som kom opp var noe ulikt. På datamaskinen var det generelt mer innhold som fulgte hovedinteressene til, mens på mobiltelefonen var innholdet mer jevnt fordelt, hvor det var flere andre interesser som kom opp enn på datamaskinen. Dette kan ha noe å gjøre med at under min innsamling på datamaskinen merket jeg at dersom jeg brukte litt lang tid på å notere ned informasjon om én type innlegg med én type interesse representert, kunne de neste innleggene som kom opp i News Feed være av samme type interesse eller avsender. Dette kan forklare hvorfor det ble en så stor overvekt av type innhold på datamaskinen i forhold til mobiltelefonen.

### **Interessene passer – men er ‘gender’ riktig representert?**

Videre viste det seg at mye av innholdet som kom opp i informantenes News Feed relaterte til interessene informantene oppga i det første intervjuet. For eksempel var hovedinteressene Emilie fikk opp blant annet mat, humor og klær, interesser som hun selv fortalte om i det første intervjuet. Samme med Katrine, som fikk opp mest innhold relatert til klær, beauty og velvære, som ligner det Katrine fortalte hun var interessert i. Ettersom queer theory ser på kjønn som noe man gjør, og som en sekvens av gjentatte handlinger, kan vi se fra resultatene av undersøkelsen at de fleste innleggene som informantene fikk opp i sin News Feed passet med interessene som kvinnene selv fortalte om i intervjuet, og slik har Facebooks algoritmer fått mye rett om interessene til informantene og hvordan de gjør sitt kjønn. Dette kan tyde på at algoritmene har fått et ganske godt bilde av deres kjønnsidentiteter, og slik være med på å forsterke informantenes oppfattelse av egen identitet og kjønn og måten de gjør sitt kjønn. Slik kan personfokuserede neutral network-algoritmer ha makt ved å påvirke vår kjønnsidentitet gjennom å forsterke den (Wachter-Boettcher, 2017:131). Men de kan og ha makt til å gjøre feil valg for oss. For eksempel kom det opp innhold som ikke passet med informantenes interesser i det hele tatt, og interessene som kom opp passet mer med deres fremføring av kjønnsidentitet på sosiale medier heller enn deres fremføring i det virkelige liv.

I det andre intervjuet fikk jeg informantene til å se på tabellen over interessene som kom opp i løpet av datainnsamlingen. Ut ifra dette var det noen interesser som informantene bemerket seg ved fordi det var interesser de ikke har. For eksempel reagerte Emilie på antall innlegg med barne-interessen som kom opp. Dette oppfattet hun som begrunnet i hennes «sex» som kvinne heller enn hennes faktiske interesser og måten hun utøver sin kjønnsidentitet (Gauntlett, 2008:150). Videre fortalte hun at dette er noe som er forventet av kvinner på hennes alder, hvor det er forventet at hun skal være interessert i å få barn og skape en familie. Dette er en rolleforventning til kvinner som omsorgsperson, som fortsatt henger igjen fra de tradisjonelle kjønnsrollene (Schieffloe, 2011:207-208), og en forventning som Emilie selv hadde følt på. Emilie forklarte også at mye av interessene som sto på tabellen passet med hennes profil og bruk av sosiale medier, men ikke så mye med de interessene hun uttrykker i virkeligheten. Dette forklarte hun ved at hun også har andre interesser som ikke passer helt på sosiale medier, hvor blant annet synligheten og overvåkingen fra familie, venner og bekjente påvirket hvilket innhold hun var villig å samhandle med på Facebook. For eksempel var mat en interesse hun hovedsakelig uttrykte på sosiale medier. Slik kan Facebooks algoritmer ha tatt feil av hennes faktiske kjønnsidentitet, og slik påvirke hvordan hun vil identifisere seg selv gjennom å konstant opprettholde og presse på denne mangelfulle identiteten. Her kan det oppleves rollepress, og det kan gjøre at man vil ønske å gjøre sitt kjønn annerledes for å løse dette presset og rollekonflikten (Schieffloe, 2011:210).

Katrine reagerte også på noen av interessene som kom opp i tabellen, for eksempel interessene fotball, industri og kjøretøy. Dette er alle noe typisk maskuline interesser, og selv om antall innlegg som representerte disse interessene var relativt få, var dette interesser som Katrine fortalte hun ikke har. Kjøretøy var en interesse Facebook mente Katrine hadde ettersom det var et relativt høyt antall innlegg som representerte denne interessen (se vedlegg 2), og dette er en interesse Katrine fortalte hun mest sannsynlig hadde vist interesse for gjennom å være medlem i ulike Facebook-grupper for kjøp og salg av kjøretøy. Men hun fortalte også at dette er en interesse hun har vist fordi hun har tidligere ønsket å kjøpe en bil, og ikke fordi biler eller andre kjøretøy var noe hun visste eller brydde seg mye om, og dermed ikke noe av hennes gjentatte måte å fremføre sin kjønnsidentitet. Dette viser at informantenes bruk er en viktig faktor for organiseringen av deres News Feed, men denne bruken kan forklares av ulike grunner (praktiske, interessebaserte, nødvendige, osv.) og slik kan tilfeldigheter og algoritmenes simplifisering av komplekse faktorer påvirke organiseringen. Slik fungerer Facebooks neutral networks som en lærende algoritme som lærer av alle signaler den får fra brukeren (Wachter-Boettcher, 2017:131) selv om informasjonen fra signalene ikke er relevant for brukerens identitet. Ut fra teoriene til Butler og queer theory kan man argumentere for at gjennom sine forestillinger og gjentatte samhandlinger på Facebook, skaper brukeren sin kjønnsidentitet (Gauntlett, 2008:150). Og med en algoritme som utfordrer interessene til brukerne med alternative interesser, som typiske maskuline interesser, kan Butlers idé om subversion bli sann (Gauntlett, 2008:152), ellers kan brukernes kjønnsidentitet endres ved å inkludere nye former å uttrykke identitet.

### «Sex» betyr fortsatt noe

Flere av postene var vanskelig å sette inn i en maskulin-feminin skala. Mye av dette var fordi det finnes ulike måter å forstå kjønnsroller og rolleforventningene er ulike på tvers av tid, sted og kultur. Men med tanke på rolleforventningene jeg fant før undersøkelsen var det fortsatt godt mulig å gjennomføre dette, og der hvor det var tvil om hvor innholdet kunne plasseres i skalaen, ble både utgiveren av innlegget og reaksjonene under den avgjørende for plasseringen. Slik ble skaleringen gjennomført både med fokus på utgiver, innhold og interessene de representerte. Ut fra resultatene av skaleringen kan man se at begge informantene hadde en hovedvekt av kjønnsnøytrale innlegg som kom opp under datainnsamlingen. Etter det hadde begge flest innlegg som kunne plasseres på den mer feminine siden av skalaen, hvor Katrine hadde 56,7% av innleggene på skalaen mellom 6 og 10, mens Emilie hadde 48% av innleggene mellom 6 og 10. Dette passer med hvordan informantene beskrev seg selv i det første intervjuet, og begge informantene fortalte i det siste intervjuet at dette var akkurat som forventet. Dette kan vise at Facebooks algoritmer igjen har tatt riktig i dens vurdering av informantenes kjønnsidentitet, og slik fått en korrekt forståelse for måten informantene gjør sitt kjønn. Begge informantene ville forklare seg som noe feminin, Katrine mer feminin og «jentejente» mens Emilie forklarte seg selv som en mellomting. Slik kan vi se at Facebook har oppfattet måten informantene uttrykker sin kjønnsidentitet, hvordan de fremfører den, og har hjulpet til i å forsterke den ved å vise innhold som refererer til deres interesser og identitet. Ved å se at informantene i tillegg fikk opp en del typisk maskulint innhold i sin News Feed, ser vi at Facebooks algoritmer ikke følger Butlers teori om den heteroseksuelle matrix, men tar utgangspunkt i andre ting i tillegg. For eksempel fikk begge opp innlegg om kjøretøy ved at begge fikk opp informasjon om et motorcross-show, noe som ikke tradisjonelt passer med deres biologiske «sex».

Men «sex» betyr fortsatt noe, og dette kan vises i innholdet som kom opp på News Feed fra grupper hvor informantene er medlemmer og de sponsede innleggene som kom opp. Innlegg fra gruppene informantene deltok i og foreslåtte innlegg på Facebooks Marketplace, var oftest relatert til deres «sex» ved at det var typisk feminine ting som ble tatt opp eller solgt. Begge informantene var medlem i ulike kjøp-og-salg-grupper på Facebook, hvor de fikk opp salgsvarer fra folk de ikke kjenner i News Feed. Dette var ofte klær eller barne-ting, hvor å ta vare på barn fortsatt anses noe feminint og klærne som kom opp var alltid klær til kvinner. Ingen av informantene fikk opp herre-klær som var til salg, og ingen fikk opp typisk maskuline salgsvarer i fra disse gruppene. Dette er relevant ettersom jeg fikk en innføring i disse gruppene og fikk se at det var grupper som hadde mye forskjellig innhold til både menn og kvinner, men hvor informantene bare fikk opp feminint innhold. Det samme var de anbefalte innleggene fra marketplace, hvor de heller ikke fikk opp noen maskuline salgsvarer. «Sex» hadde også betydning på de sponsede innleggene. Mange av de sponsede innleggene, uansett innhold i innleggene, var fra annonsørens side rettet mot bare alder og sted. De fleste reklamene som var rettet mot «sex» var reklamer for typisk feminine ting som sminke og (kvinne)klær. Men selv om de fleste sponsede innlegg manglet spesifikasjoner om kjønn, fikk ingen av informantene opp sponsede innlegg som var typisk maskuline. Det var enten mer kjønnsnøytrale innlegg, som innlegg om ukestilbud på matbutikker, eller typisk feminine innlegg, som innlegg om tilbud på sminkeprodukter. Dette viser at det biologiske «sex», fortsatt har innvirkning på algoritmene over bare gender. Og slik kan Facebook påvirke kjønnsidentiteten, ved å vise representasjoner og innhold som passer brukeres biologiske «sex» selv om det ikke passer deres kjønnsidentitet og måten de vil utøve sitt kjønn. Dermed kan dens påvirkning være å fremme de tradisjonelle kjønnsrollene som opprettholder den heteroseksuelle matrix.

### Konkluderende sammendrag

I denne teksten har jeg undersøkt hvilke effekter Facebooks algoritmer kan ha på produksjonen og utførelsen av kjønnsidentitet, i tillegg til hvordan queer theory vil forklare disse mulige effektene. Ved å gjennomføre en kvalitativ innholdsanalyse av to kvinners Facebook News Feed, akkompagnert av dybdeintervju, fikk jeg fram ulike effekter Facebooks algoritmer kan ha for deres produksjon og utøvelse av kjønnsidentitet. Kort forklart var noen av disse mulige effektene oppfordringer til lignende fremføringer som tidligere, oppfordringer til tradisjonelle fremføringer, en muliggjøring av alternativ fremføring, og et press til alternativ fremføring.

Facebooks algoritmer er blitt forklart at de, gjennom prediksjoner og scoring av innhold, skal finne innhold som er mest relevant til brukeren basert på deres profil og bruk. Dette kan være veldig interessant da det er en direkte sammenheng mellom denne bruken og måten personer fremfører sin kjønnsidentitet, selv om undersøkelsen viste at det kan være noen forskjeller mellom fremføringen på sosiale medier og i den virkelige verden. Interessene som kom fram fra undersøkelsen viste at mye av innholdet passet med interessene informantene selv oppgav i

dybdeintervjuet. Dette viser at Facebooks algoritmer har fått en nokså riktig oppfatning av måten kvinnene fremfører sin kjønnsidentitet gjennom interesser, og gjennom å konstant vise innhold som passer med disse interessene kan algoritmene ha påvirkning på kjønnsidentiteten gjennom dens oppfordring til samme type fremføring. Dette kan være en positiv ting ved at informantene slipper å føle dissonans mellom interessene de uttrykker og innholdet som kommer opp på Facebook. Men, denne presentasjonen av samme type innhold kan også fungere til å presse på de tradisjonelle kjønnsrollene. Denne effekten av algoritmene fant jeg blant annet i innholdet som kom opp i de ulike kjøp-og-salg-gruppene informantene var medlemmer i, hvor de bare fikk opp feminint eller mer kjønnsnøytralt innhold som var til salgs, selv om innholdet i selve gruppene var mye mer variert. I tillegg fikk Emilie opp relativt mye innhold som kunne plasseres på den feminine delen av skalaen, selv om hun fortalte at hun utøver en mye mer kjønnsnøytral kjønnsidentitet både på sosiale medier og i virkeligheten. Her kan man se et press på å utøve en tradisjonell feminin identitet, hvor man bare skal være fokusert på tradisjonelt feminine interesser.

Selv om undersøkelsen viser at algoritmene har fått en nokså riktig oppfatning av hvordan informantene fremfører sin kjønnsidentitet, kom det også opp interesser og innhold som ikke samsvarte med interesser de selv oppgav eller innhold som ikke passet med måten de definerte seg selv. Disse viste til to andre mulige effekter algoritmene har; muliggjøring av alternativ fremføring, og press til alternativ fremføring. Den siste effekten kom fram i alle innleggene med fokus på barn som kom opp under undersøkelsen, noe Emilie reagerte på. Dette presset oppfattet Emilie som en følge av hennes biologiske «sex», og et press som oppfordret til en fremføring av tradisjonelle kjønnsidentiteter. Dette presset kan ha effekt på utøvelsen av kjønnsidentitet da opplevelsen av rollepress kan være veldig ubehagelig å stå imot (Schieffloe, 2011:210). Men algoritmene kan også muliggjøre alternative utøvelser av kjønnsidentitet, gjennom å vise innhold som ikke passer de nåværende interessene eller de tradisjonelle kjønnsrollene. Gjennom å vise alternative representasjoner og interesser på Facebook kan man oppleve å få nye interesser og dermed også få nye måter å fremføre en kjønnsidentitet på. Denne effekten kan man ved hjelp av queer theory forklare ut fra teoriens antagelse om at kjønnsidentitet ikke er noe mer enn fremføringer av gjentatte handlinger, hvor en ny gjentatt handling vil påvirke måten man oppfatter egen kjønnsidentitet. For eksempel fikk Katrine opp relativt mye maskulint innhold på sin News Feed, innhold som ikke passer de tradisjonelle kjønnsrollene og som kanskje etter hvert påvirker Katrines kjønnsidentitet.

Generaliserbarhet handler om forskningens relevans utover de enheter som er undersøkt (Tjora, 2017:231), og resultatene fra denne undersøkelsen er vanskelig å kunne generalisere til den større, generelle befolkningen Dette er fordi informantene som ble utvalgt til undersøkelsen er relativt like, selv om de utførte noe ulike kjønnsidentiteter er de begge like gamle, begge er ganske feminine, og begge benytter Facebook passivt og som et tidsfordriv. Effektene som denne undersøkelsen avdekket kan dermed ikke generaliseres til personer som benytter Facebook mer aktivt, hvor de aktivt samhandler med innhold og legger selv ut innhold. Men, effektene kan være relevant for personer i samme aldersgruppe og som benytter Facebook likt. Undersøkelsens validitet, dens logiske sammenheng mellom utforming og funn (Tjora, 2017:231), er noe svekket. Dette er på grunn av undersøkelsens utforming, hvor det var vanskelig å utforme en klar metode for å skalere innleggene under typisk feminin eller typisk maskulin. Denne svekkelsen forsøkte jeg å minske ved å finne eksempler på hva som er typisk feminin og maskulin, både i teori, populærkultur og ved å se på tendenser i arbeidslivet. I tillegg ble validiteten noe svekket gjennom å ikke benytte opptaksmidler eller å undersøke informantenes faktiske bruk av Facebook. Dette valget ble gjort hovedsakelig på bakgrunn av personvern og tidspress, men gjennom å vise transparens over valgene gjort i undersøkelsen har jeg forsøkt å styrke validiteten. Validiteten ble også noe styrket av valget av å ikke gjøre opptak av intervjuene, ettersom dette gav informantene tid til å tenke nøye over svarene sine og førte til at de reflekterte mer rundt spørsmålene enn de kanskje ville gjort dersom det ble tatt opptak av intervjuet.

Tidspress har også påvirket reliabiliteten; sammenhengen mellom empiri, analyse og resultater (Tjora, 2017:231). Det ble viktig å finne informanter så fort som mulig, noe som gjorde at jeg måtte ta til takke med to informanter som ikke var så ulike i fremføringen av kjønnsidentitet som ønskelig. Videre er reliabiliteten noe svekket gjennom skaleringen av innholdet i maskulin-feminin skala, der mine holdninger og antagelser om hva som er feminine og maskuline trekk kan ha påvirket hvor innleggene ble plassert i skalaen. Igjen er denne mulige svekkelsen noe jeg har forsøkt å minske gjennom å hele tiden se tilbake på de trekkene jeg beskrev i metoddelen før de ble tilgitt en verdi på skalaen. Alt i alt er både generaliserbarhet, validitet og reliabilitet noe svekket i denne oppgaven, men jeg har også tatt skritt for å styrke disse igjen slik at resultatene fortsatt er

gyldige, pålitelige og er mulig å generalisere til en del av befolkningen. I hvor stor grad disse effektene vil påvirke brukerne av Facebook vil være interessant å undersøke, sammen med en undersøkelse om Facebooks algoritmer vil ha lignende effekter på personer som benytter Facebook mer aktivt eller personer som fremfører en mer alternativ kjønnsidentitet.

## Litteraturliste

- Beer, D. (2017). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society*, 1-13. DOI: 10.1080/1369118X.2016.1216147
- Boyd, J. (2019, 2. januar). *The Facebook Algorithm Explained*. Hentet fra: <https://www.brandwatch.com/blog/the-facebook-algorithm-explained/>
- Butler, J. (2010). *Gender Trouble* (2. utg.). New York: Routledge Classics.
- Edelman, M. W. (2016, 21. august). *It's Hard to Be What You Can't See*. Hentet fra: [https://www.huffpost.com/entry/its-hard-to-be-what-you-c\\_b\\_8022776](https://www.huffpost.com/entry/its-hard-to-be-what-you-c_b_8022776)
- Facebook. (2019). *Om annonser på Facebook*. Hentet fra: [https://www.facebook.com/ads/about/?entry\\_product=ad\\_preferences](https://www.facebook.com/ads/about/?entry_product=ad_preferences)
- Fleszer, A. (2018, 5. mars). *What Makes a Man a Metrosexual?* Hentet fra: <https://www.lovedignity.com/what-makes-a-man-a-metrosexual/>
- Gauntlett, D. (2008). *Media, Gender and Identity: an introduction* (2. utg.). Routledge.
- Salih, S. (2002). *Judith Butler*. London: Routledge.
- Salih, S. (2007). On Judith Butler and Performativity. I K. E. Lovaas, & M. M. Jenkins, *Sexualities and Communication in Everyday Life: A Reader* (ss. 55-68). Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Schiefloe, P. M. (2011). *Mennesker og samfunn: innføring i sosiologisk forståelse* (2. utg.). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- Southerton, D. (2011). *Encyclopedia of Consumer Culture*. Los Angeles: Sage Publications, Inc.
- Statistisk sentralbyrå. (2019, 25. februar). *Sysselsetting, registerbasert*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/statistikker/regsyst>
- Swan, G. (2018, 29. august). *The Facebook Algorithm | How It Works and How to Master It*. Hentet fra: <https://www.cpcstrategy.com/blog/2018/08/facebook-algorithm/>
- TicketCo. (2017, 24. februar). *Når bør du publisere på Facebook?* Hentet fra: <https://start.ticketco.events/no/blogg/nar-bor-du-publisere-pa-facebook/>
- Tjora, A. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (3 utg). Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Wachter-Boettcher, S. (2017). *Technically Wrong. Sexist apps, biased algorithms, and other threats of toxic tech*. New York: W. W. Norton & Company Inc.



