



**Høgskulen
på Vestlandet**

BACHELOROPPGÅVE

Selfies & Friend Requests

«Korleis kan bruk av sosiale nettverkstenester påverke identitet og sosiale relasjonar?»

«How Can the Use of Social Network Services Influence Identity and Social Relations?»

Sosiologi - Ungdomssosiologi

SO590

Avd. for samfunnsfag/Institutt for samfunnsvitenskap

26.05.2017

8584 ord

Kari Rannveig Hellevang

Kandidatnr. 213

Rettleiar: Roger Hestholm

Eg stadfestar at arbeidet er sjølvstendig utarbeida, og at referansar/kjeldetilvisingar til alle kjelder som er brukt i arbeidet er oppgitt, *jf. Forskrift om studium og eksamen ved Høgskulen på Vestlandet, § 10.*

Innholdsliste

1.0 Innleiing og problemstilling	3
1.1 Avgrensing og definisjonar	4
1.2 Kjeldekritikk og oppbygging av oppgåva	4
2.0 Teoretiske utgangspunkt:	5
2.1 Giddens og Mead: Refleksive identitetsprosjekt	5
2.1.1 Utleiring og «rene forhold»	5
2.2 Sennet og Illouz: Fleksibel og emosjonell kapitalisme	5
2.3 Goffman: Rollespel og inntrykkskontroll	5
2.4 Granovetter og Putnam: Sterke og svake band	6
3.0 Analyse og drøfting:	6
3.1 Sjølvrepresentasjon og identitetskaping	6
3.1.1 «Eg twitrar – altså er eg»	6
3.1.2 Samanlikning og sosiale speglar	7
3.1.3 Utforsking av identitetar	7
3.1.4 Identitetskollisjonar	8
3.1.5 Sosiale media som teaterscene	8
3.1.6 Kommersialisering, effektivitet og tilgjengelegheit	9
3.2 Relasjonar under endring?	9
3.2.1 Sosial kompetanse og kjenslehandtering	10
3.2.2 Når kommunikasjon og budskap lausrivast frå kropp og kontekst	10
3.2.3 Trua intimitet	11
3.2.4 Multitasking	11
3.2.4.1 Kva skjer når vi multitaskar sosiale relasjonar?	11
3.2.5 Sosial stelling av relasjonar	12
3.2.6 Svake band, men sterke fordelar	12
3.2.7 Er sterke band mangelvare i dag?	13
3.2.7.1 Eksisterande og nye relasjonar	13
3.2.7.2 Kva er den beste framtidsinvesteringa?	14
4.0 Konklusjon	15
5.0 Litteraturliste	16
5.1 Sjølvvald pensum	17
5.2 Nettartiklar og kronikkar frå media	18

1.0 Innleiing og problemstilling

Identity is becoming the main, and sometimes the only, source of meaning in an historical period characterized by widespread destructuring of organizations, delegitimation of institutions, fading away of major social movements, and ephemeral cultural expressions. People increasingly organize their meaning not around what they do, but on the basis of what they are, or believe they are. (Castells, 2009, s.3)

Det Castells skildrar, er ein auka tendens til å bruke identitet som meinings- og verdigrunnlag, der ein før kunne lene seg på trygge institusjonar. I ein kontekst der det visuelle og kroppslege er fjerna frå kommunikasjon og samvær, blir det som vert att via meir merksemd. Fokuset på identitet og sjølvpresentasjon er sterkt, og samanlikning og vurdering av andre og oss sjølve inngår som kontinuerlege prosessar. Gjer dette oss meir sjølvopptekne og utrygge på oss sjølve? Rapportar frå Ungdata-undersøkingane i 2016 peiker blant anna på at stadig fleire slit med stressrelaterte symptom. Frå 15-16-årsalderen scorar også 1 av 4 jenter høgt på depressive symptom, medan for gutar er andelen 1 av 10 (Folkehelseinstituttet, 2017). Reseptregisteret viser også ei sterk prosentvis auke (44% for gutar og 48% for jenter) i tal unge (15-19 år) som brukte antidepressiva i perioden 2004 – 2013 (Folkehelseinstituttet, 2015). Ein eventuell samanheng vert berre spekulering frå mi side. Men det er på det reine at identitetsskaping ofte vert vektlegg i individualiseringsprosessar. At media og kommersielle aktørar opp gjennom åra har medverka, er der stor semje om. Eg ynskjer å undersøke om dei sosiale media er med på å bygge opp under dette.

I dag er PC, nettbrett og avanserte mobilar nærast allemannseige, tilgang til internett er uavgrensa, og dei fleste går difor rundt med «verda i lomma» stort sett heile dagen. Stadig fleire har forstått potensialet til å nå ut til mange på kort tid. Det som først var tenkt som eit sosialiseringsmedium, fungerer no like gjerne som marknadsplass, der bedrifter prøver selje produkta sine, der politikarar prøver selje budskapet sin, og der det vert forsøkt å lokke til seg attraktive arbeidstakarar, eller rekruttere terroristar.

Sosiale media er blitt ein viktig del av medieinstitusjonen, og både påverkar og vert påverka av politiske, religiøse og kulturelle krefter. Slike overordna strukturar er ikkje mitt fokus i denne oppgåva. Eg er derimot open for ei mogeleg påverking frå økonomiske diskursar. Sosiale media skapar infrastruktur for kommunikasjon og sosialisering kjenneteikna av *mengde*, *hastigheit* og *samtidigheit*, og eg ynskjer å undersøke om der finnast personlege konsekvensar av dette.

Då eg tok til på oppgåva var eg overtydd om at samhandling gjennom nye, digitale medium skjer på kostnad av ansikt-til-ansikt-relasjonar, og kunne svekke vår sosiale kapital. Mykje litteratur har også liknande kritisk slagside. Men eg har gradvis kome til å forstå at det var ein noko forhasta og unyansert konklusjon. Det verkar som om styrken på lausare vennskap ofte vert undervurdert. I denne oppgåva er likevel mitt fokus dei sterke relasjonane, og eg spør om vi gjennom sosiale media livnærer dei, eller nedprioriterer dei.

Problemstillinga mi vert difor:

«Korleis kan bruk av sosiale nettverkstenester påverke identitet og sosiale relasjonar?»

1.1 Avgrensing og definisjonar

Sosiale medium fungerer både som kommunikasjonsmedium og massemedium samtidig. Det er ikkje gjeve kven som er avsendar og kven som er publikum, begge kan produsere og konsumere (Aalen, 2015). Sosiale nettverkstenester (SNS, frå social network service) som t.d. Facebook, Twitter eller Instagram, blir forstått som ein underkategori til sosiale media, kjenneteikna av at kvar brukar har ein profil og ei liste over relasjonane sine, samt at tenesta involverer nyhendestraumar med brukargenerert innhald (boyd og Ellison, referert i Aalen, 2015). Sjølv om det er mest desse eg refererer til, viser eg også ofte til sosiale medium generelt, då påverking ikkje *avgrensar* seg til berre å gjelde sosiale nettverkstenester.

I både bøker og artiklar er fokuset på ungdom, og mi tyngde ligg også her når eg skriv. Ungdom har tradisjonelt vore av spesiell interesse, fordi dei har kortare historisk minne, og difor er meir ukritiske og absorberer endringar raskare enn eldre generasjonar (Sennett, 2001; Aalen, 2015; Furlong & Cartmel, 2007). Ungdom utgjer den største brukargruppa av sosiale media og SNS (Aalen, 2015; Turkle 2011). Dei vert dessutan ofte forstått som sårbare og lett påverkelege i overgangstida mellom born og vaksen, ei tid der identitetsskaping og sjølvpresentasjon får mykje fokus. Eg ynskjer likevel ikkje ei klar avgrensing knytt til alder, då alle brukarar av sosiale media er utsett for, - og kan verte påverka av dei same kreftene.

1.2 Kjeldekritikk og oppbygging av oppgåva

Vurderinga av dei skriftlege kjeldene i form av kjeldekritikk kan skildrast som den metodiske reiskapen i den litterære oppgåva (Dalland, 2012). Kjeldesøk har difor blitt via mykje tid og merksemd, for såleis å sikre god validitet. Tre bøker utgjer fundamentet for oppgåva. Ida Aalen skriv deskriptivt, og gjev på ryddig vis ei oversiktleg framstilling av bruksområde og problemstillingar knytt til sosiale media. Craig Watkins har ei pragmatisk tilnærming til korleis vi virtuelt utviklar og held ved like sosiale relasjonar, medan Sherry Turkle har eit tydeleg kritisk perspektiv. I tillegg til sosiologisk bakgrunn, dreg Turkle også nytte av sin kompetanse som psykolog når ho prøver å analysere kva dei teknologiske utviklingane gjer med oss som enkeltindivid og vår samhandling. Symbolsk interaksjonisme kan på nokre måtar likne psykoanalyse (men har forskjellige hovudfokus), og med Turkle sin bakgrunn synast kanskje skiljet endå meir uklart. Men eg tykkjer mykje av boka er relevant fordi ho er oppteken av korleis teknologien påverkar måten ungdom er saman på, og gjev til dømes innsikt i korleis vi brukar emosjonar i *samspel med andre*. I boka brukar Turkle mykje ungdomane sine eigne ord, og skapar slik ei kjensle av nærleik og autentisitet. Eg tenker likevel at ungdomar sine enkeltopplevingar ikkje nødvendigvis treng tolkast som indikasjonar på ein større trend. Gjennom oppgåva tek eg også med meg bidrag frå fleire aktuelle fagfelleverderte artiklar, og forskning som har vektlagt forskjellige aspekt av mediestyrt kommunikasjon og samvær.

Sjølv om oppgåva er todelt, er det vanskeleg å dra heilt klare skilje mellom identitet og relasjonar. Identiteten vår vert til gjennom samspel og sosialisering med andre, og har også mykje å seie for korleis vi utspelar våre sosiale roller. Innleiingsvis introduserer eg teoriar som eg har brukt i forsøket på å skape mening av korleis identitet og relasjonar vert utvikla og vedlikehaldne i ein digital tidsalder. I første hovuddel drøftar eg meir inngåande digital identitetsskaping og nokre av utfordringane knytt til dette. Deretter undersøker eg korleis sosiale relasjonar utspelar seg virtuelt, og om våre rammer for sosial interaksjon er under endring, både i den digitale og den fysiske konteksten. Dikotomien sterke og svake band vert særleg vektlagt. Avslutningsvis prøver eg å samanfatte og sameine dei to hovudmomenta i problemstillinga.

2.0 Teoretiske utgangspunkt

2.1 Giddens og Mead: Refleksive identitetsprosjekt

Giddens (1991) hevdar at personleg identitet, eller sjølvidentitet, er eit refleksivt prosjekt. Vi forstår oss sjølve retrospektivt, og skapar vår eigen valbiografi, sett saman av subjektive oppfatningar og objektive hendingar, for å forklare og forstå eige livsløp (Furlong & Cartmel, 2007). Georg Herbert Mead peika på korleis mennesket forstår seg sjølv gjennom auga til den generaliserte andre; gjennom omverda og samfunnet sine normer og forventningar, som det deretter absorberer for så å tilpasse seg (Mead, 1938). Han forstår *Eg* som den aktivt handlande aktøren, medan *Meg* er det sosiale sjølv, som vurderer eigne handlingar objektivt utanfrå. Øia & Vestel (2014) brukar *sosiale speil* om den aktive leitinga etter andre sin reaksjon på våre handlingar og veremåte, for å kunne gjere oss opp ei meining om nettopp oss sjølve.

2.1.1 Utleiring og «rene forhold»

I seinmoderniteten vert institusjonar så vel som relasjonar løfta ut av sin lokale kontekst, for so å bli oppretta på ny i eit større spenn av tid og rom (Giddens, 1991). Utleiring vert både tydeleg og aktuell gjennom internett som utleiringsmekanisme, og kan til dømes legge til rette for internasjonale bedrifter eller avstandsforhold mellom kjærstar. Grunna sterke strukturelle krefter som differensiering, sekularisering, individualiseringsprosessar og fjerning frå tradisjon og sedvane, meiner Giddens at varige og stabile mellommenneskelege relasjonar har blitt nedprioriterte og svekka. Sterke relasjonar mellom vener eller kjærstar støttar seg ikkje lenger på, eller vert oppretthalde i kraft av eksterne strukturar som geografi, økonomi eller religion. «Rene forhold» eksisterer så lenge interesse og tillit er gjensidig, og individa har sams mål.

2.2 Sennett og Illouz: Fleksibel og emosjonell kapitalisme

Richard Sennett studerte personlege konsekvensar av å arbeide i ein fleksibel kapitalisme, og hevdar at trekk som rasjonalisering, fleksibilitet og effektivitet frå den økonomiske sfæren ser ut til å smitte over på privatlivet (Sennett, 2001). Ein kan også dra parallellar til Eva Illouz si forståing av emosjonell kapitalisme. Ho argumenterer for at økonomiske og emosjonelle diskursar og praksisar formar kvarandre, og fryktar at det emosjonelle vert det skadelidande. Slik er både Sennett og Illouz langt på veg samde om det problematiske ved eit meir uklart skilje mellom det økonomiske og det private. Auka eksponering på internett gjev større fokus på sjølvbiografi og eit kommersialisert sjølv (Illouz, 2007). Ho trur at vi ser ei sentimental utvikling avleidd av den kapitalistiske, og kan vere relevant i forståinga av utvikling, presentasjon og realisering av sjølv, samt våre sosiale relasjonar gjennom sosiale media.

2.3 Goffman: Rollespel og inntrykkskontroll

Når Illouz påpeiker eit uklart skilje mellom *ute* og *heime* på internett, er det med referanse til den amerikanske sosiologen Erving Goffman. Hans dramaturgiske metafor på samfunnsliv kan skissere korleis vi utspelar våre roller i kvardagen. Gjennom *inntrykkskontroll* forsøker vi å påverke andre sitt syn på oss. Han skil mellom frontstage, der vi regulerer vår framferd etter kontekst og publikum, og backstage, der vi kan trekke oss tilbake i trygge omgjevnadar, fritekne for andre sine blikk og vurdering (Goffman, 1992).

2.4 Granovetter og Putnam: Sterke og svake band

Når ein omtalar sosiale relasjonar, skil ein ofte mellom sterke og svake band. Mark Granovetter klassifiserer sterke band som ei lita gruppe menneske som vi kan dele private og intime detaljar frå livet vårt med, som kan hjelpe oss når vi opplever kritiske situasjonar. Som oftast er dette familie og nære venner. Medan sterke band vanlegvis involverer ei høgare grad av forplikting, tillit og lojalitet, og oppstår mellom menneske som liknar kvarandre, består svake band av kjenskar og meir uformelle, overflatiske relasjonar (Granovetter, 1973).

Putnam (2000) skildrar gjennom omgrepa *bonding* og *bridging* også tilsvarande dikotomi og dynamikk innan sosial kapital, og konkluderer med at dei sterke som bind oss tett saman har ein avgrensande karakter, medan dei svake fungerer som brubyggjarar. Banda har komplementære roller der dei forsterkar kvarandre, og Putnam trur at sterke band er ein føresetnad for utvikling av svake band.

3.0 Analyse og drøfting

3.1 Sjølvrepresentasjonar og identitetsskaping

Sosiale media har blitt ein viktig arena der vi kan representere oss sjølve og vår identitet. Internett og krympinga av tid og rom legg til rette for ein samansett og fragmentert identitet, og teknologien mogeleggjør at dei også kan eksistere samtidig (Illouz, 2007). Den postmoderne må vere bevisst sitt publikum og den sosiale konteksten, og vere klar til å spele forskjellige roller. Han blir tvungen til å søke innover i seg sjølv, og vert konfrontert med to grunnleggjande spørsmål: kven er eg, og kva vil eg?

3.1.1 «Eg twitrar – altså er eg»

Opphavet til ordet identitet kjem frå «en-het» eller «likskap» (Gripsrud, 1999). Gripsrud skil også mellom sosial identitet og personleg identitet. Den sosiale er meir eit kombinert produkt av korleis andre oppfattar oss, og dei kollektive kontekstar vi inngår i, frivillig eller ufrivillig. Ei norsk kvinne kan ha pakistansk opphav, arbeide som dommarfullmektig, medan ho er rockemusikar og senterpartimedlem på fritida. Her vert identitet ein fusjon mellom element som nasjonalitet, kjønn, etnisitet, yrkesval, politisk orientering og musikalske interesser. Personleg identitet er det vi sit att med når vi sjølve spør etter det *unike* som *skil oss* frå andre, som t.d. karakteristiske særtrekk og verdier. Desse to typene identitetar treng ikkje samanfalle.

Gjennom bloggar og nyhendestraumar på sosiale nettverkstenester som Instagram og Facebook gjev vi på indirekte vis uttrykk for vår sosiale identitet. Element frå dei sosiale kontekstar og fellesskap som vi inngår i vert synleggjort gjennom det vi deler. Kven vi har som vener, kven vi avbildast med, kva ein forbrukar og kva ein interesserer seg for er til dømes med på å gje eit bilete av livsstil, personlegdom og gruppetilhøyrse. Identitet og habitus (Bordieu sitt omgrep for tanke- åtferds- og smaksmonster tillært gjennom sosialisering og kulturell læring) kjem til uttrykk gjennom kulturelle referansar i innlegg, og gjennom humor og språkbruk (Aalen, 2015). Ungdomar understrekar at alle val i profilen vert viktig å ta stilling til, som t.d. filmpreferansar, eller kva grupper ein er medlem av (Turkle, 2011).

Men også personleg identitet kan formast gjennom sosiale media. Fokus på - og refleksjon over vår sjølvpresentasjon kan påverke korleis vi *vurderer og forstår oss sjølve*. (Aalen, 2015). Til dømes kan

deling av treningsartiklar og bilete av oss sjølve i sportsklede bidra til at vi etter kvart oppfattar oss sjølve som treningsinteressert. Ikkje berre eksternaliserer vi det internaliserte, men vi internaliserer også det vi eksternaliserer.

3.1.2 Samanlikning og sosiale speglar

Identitet formast altså gjennom sosialisering og samspel med andre (Gripsrud, 1999). Fokuset på andre og ein sjølv skiftar kontinuerleg, og samanlikning er noko vi gjer meir eller mindre bevisst (Aalen, 2015). Aldri før har vi hatt fleire tilgjengelege til å samanlikne oss med enn i sosiale media sin tidsalder, kjenneteikna av fylldige vennelister og visuelle inntrykk på «samleband». For ungdom overtek ofte vener rolla som *dei signifikante andre*. I ei sårbar ungdomstid er dei i større grad avhengige av positive tilbakemeldingar for å utvikle tryggleik og sjølvtilitt, og for å finne sin plass i samfunnet, og er difor svært sensitive for vurderingar, tilbakemeldingar og dommar (Furlong & Cartmel, 2007).

Aalen har lånt omgrepet «sosial samanlikning» frå sosialpsykologien. Om vi t.d. samanlikna eigen akademisk utvikling på to gitte tidspunkt, ville framgang vore lett å få auge på, med mestringskjensle som resultat. Men som oftast er det ikkje oss sjølve vi samanliknar oss med, men til stadighet *dei andre*. Dersom det i tillegg er *oppoverretta sosial samanlikning* (Aalen, 2015), er ikkje konkurransen rettferdig, som t.d. om ein samanliknar eigen kropp med Fotballfrue sin, fire dagar etter fødsel. Då har ein samanlikna seg med nokon med eit påfallande betre utgangspunkt og føresetnadar for å nå målet eller idealet.

Det spesielle med samanlikning på internett er større redigeringsmogelegheiter og ein auka kontroll over dei inntrykk vi gjer synlege for andre, som resulterer i at vi ofte samanliknar vårt *indre*, med andre sitt *ytre*. Vi tenderer til å dele fleire positive opplevingar enn negative. At sosiale media vert brukt som sosiale speglar, kjem særskilt til syne på sosiale nettverkstenester som Instagram, Snapchat og Facebook, og effektar av «den perfekte fasaden» som hyppig vert delt i sosiale media er mykje debattert (jf. norske nettartiklar). «Likes» og kommentarar fungerer saman med tal kontaktar på venelista som kvalitative mål som stadfestar popularitet (Aalen, 2015). Respons på status eller delte element blir også nøye analysert, for deretter å kunne bli redigerte eller sletta. Slik korrigerer vi eigen framtoning i «samråd» med andre si vurdering. Gjennom andre si oppfatning og tolking av oss, forstår og tenker vi på oss sjølve. Giddens og Mead sine tankar om identitetsskaping- og forståing vert såleis også aktuelle i den virtuelle kvardagen.

3.1.3 Utforsking av identitetar

Gjennom internett har vi mogelegheit til å skape mange sjølv og ha mange «ansikt» vende utover på same tid. Aktørar får meir fridom til å leike seg, dikte og manipulere informasjonen dei vil gje om seg sjølv, eller halde tilbake (Illouz, 2007). Identiteten kan likne meir ein representasjon av den vi skulle *ønske* at vi var, og ungdomen kan identifisere seg meir med den virtuelt oppbygde identiteten (Aalen, 2015; Baym, 2015; Turkle, 2011), kanskje fordi dei opplever større kontroll over sine bevisste identitetskonstruksjonar, også dei falske (Weinberg, 2014). Det kan føre til at dei fungerer dårlegare i den fysiske konteksten (Turkle, 2011).

Turkle hevdar virtuelle identitetskonstruksjonar også kan ha ei terapeutisk effekt. I dagleglivet ville ei veksling mellom forskjellige sjølv vorte oppfatta som ei personlegdomsforstyrning, og ville kanskje framkalla uformelle sanksjonar. I den virtuelle verda kan ein prøve ut forskjellige identitetar nærast

uforstyrtra og konsekvenslaust. Ein som er beskjeden kan til dømes prøve ut ein meir utadvent identitet gjennom sosiale media (Turkle, 2011; Abbas & Dervin, 2009). Sosiale media representerer difor ein viktig arena der ungdom med andre verktøy kan utforske identitetar på leit etter sin plass i samfunnet. Men ofte kan vi operere med fleire samtidige presentasjonar av oss gjennom forskjellige kanalar på sosiale media knytt til våre sosiale roller (Illouz, 2007). Ein samansett identitet kan då skape konflikt.

3.1.4 Identitetskollisjonar

Dersom fleire sosiale identitetar vert konfronterte samtidig og må eksternaliserast i ein og same kropp, kan aktøren oppleve interrollekonflikt. Dette omgrepet peiker på indre motsetningar som opplevast som vanskelege grunna kolliderande sett forventningar frå forskjellige normsendarar knytt til våre sosiale roller (Martinussen, 2008). Vår rolleåtferd endrast ettersom det er rolla som dotter, arbeidskollega eller kjærast vi utspelar. Vi tilpassar oss situasjonen og kva menneske som inngår i konteksten, slik vi ville ha tilpassa cv og søknad etter jobben vi søker.

Aalen nyttar omgrepet kontekstkollaps, og skildrar mykje det same som skjer når vi blir konfronterte med vår fragmenterte identitet. At arbeidsgjevar får tilgang til bilete på Facebook der ein som del av eit utdrikingslag er med på strippeklubb kan opplevast som problematisk fordi det skjer ei «samanblanding sosiale sfærar som normalt ikkje møtast» (Aalen, 2015, s. 85). Å oppleve motstridande forventningar er ikkje noko nytt. Men det som er påfallande med sosiale media, er at skiljet mellom massemedium og personleg kommunikasjonsmedium vert uklart. I ein kontekst der både sosiale relasjonar og sfærar vert blanda, aukar også faren for kontekstkollaps og interrollekonflikt. Den amerikanske sosiologen Erving Goffman sin dramaturgiske metafor på samfunnsliv kan hjelpe oss å forstå korleis vi prøver å kontrollere våre kontekstar og utspele våre roller, også i det digitale daglegliv.

3.1.5 Sosiale media som teaterscene

Sosiale media kan forståast som ei scene der vi er konstant «front-stage». Om vi ikkje fysisk finnast bak skjermen, er identiteten vår alltid digitalt tilgjengeleg når vi er brukarar av sosiale media. Vår nyhendestraum fungerer som ei blottlagd dagbok, og vi er såleis heile tida eksponerte for andre si analyse og vurdering. Vi har dessutan eit potensielt stort og ukjend publikum, fordi det vi publiserer enkelt kan reproduserast. Slik eksponering gjer oss meir sjølvkritiske og detaljbevisste (Aalen, 2015; Turkle, 2011). Når vi misser dei ikkje-verbale leietrådane, kan det tenkast at vi vert meir bevisste dei viktige leietrådane vi har att. Derfor er vi særdeles merksame på sjølv den minste detalj, både i bilete og tekst (Aalen, 2015), og *inntrykkskontroll* (Goffman, 1992) vert noko vi gjer naturleg utan å tenke over det. Profilen og profilbiletet er ofte nøye gjennomtenkt og redigert (Turkle, 2011; Illouz, 2007). Samtidig kan vi førestille oss at vi vurderer *andre* frå eit skjerma backstage, fordi vi kan observere utan sjølv å bli observert.

Inntrykkskontroll er også relatert til kjenslemestring, og denne tråden tek eg difor oppatt når eg ser nærare på sosial kompetanse under del 3.2 om relasjonar.

3.1.6 Kommersialisering, effektivitet og tilgjengelegheit

Stadig fleire profesjonelle og kommersielle aktørar har forstått kor viktig det er å profilere seg gjennom parallelle kanalar som t.d. Twitter, LinkedIn, Facebook, for å vere konkurransedyktige og trekke til seg kundar. Det ser ut til at liknande krav også stillast til ungdomen. Samfunnet krev at vi kan finnast og identifiserast på nettet, og vi må vere til stades og oppdaterte på eit spekter av samtidige «vindauge» ut mot samfunnet og det sosiale liv (Illouz, 2007). I motsett fall kan vi gå glipp av vennskap eller arbeidsmogelegheiter (Abbas & Dervin, 2009). Når sjølvst med presisjon vert forhandla fram og redigert, og kommersialisert gjennom standardiserte presentasjonar av profilar, liknar det nærast eit produkt som skal «seljast» på marknaden (Illouz, 2007). Størrelsen på venelista kan indikere eins «marknadsverdi» (popularitet). Særleg tydeleg vert dette på LinkedIn. «Bli den beste versjonen av deg», er parolen dei nyttar for å trekke til seg brukarar (LinkedIn, 2017, 20.05). Medan denne nettverkstenesta er retta mot det profesjonelle arbeidslivet, var Facebook i utgangspunktet mest tenkt som ei *sosial* nettverksteneste som ville «hjelpa deg med å halde kontakten og dele opplevingar med menneska i livet ditt» (Facebook, 2017, 20.05). Men sosiale nettverkstenester ser ut til å ha fusjonert «business and pleasure». Standardiserte profilar for sjølvpresentasjon er vi blitt vel vande med, og både Facebook, Twitter og Instagram blir i dag ofte brukte til både profesjonelle og personlege føremål hos ein og same brukar, der kontaktar like godt blir lagt til etter nytteprinsipp og økonomiske interesser, som grunna nære band.

Privatisering av det offentlege er mykje diskutert i samfunnsdebatten, men offentleggjering av det private er det ikkje mykje vi høyrer om. Kanskje burde det vorte meir løfta fram. Kropp og utsjånad vert publisert (Illouz, 2007), og identitet (profil) og vennskap og intime relasjonar (kontaktar) er nærast blitt formaliserte storleikar. Det som tidlegare var personleg og privat informasjon er no «allmannseige» fordi det er gjort offentleg tilgjengeleg gjennom eit massemedium.

Sennett sitt argument om at krav om fleksibilitet og effektivitet avleidd frå den økonomiske sfæren også påverkar det private, kan sjåast att i den sosiale samhandlinga på internett, gjennom krav om hurtig respons og konstant tilgjengelegheit. Profil og relasjonar må aktualiserast og haldast ved like, og brukarane må vere aktive for ikkje å gå glipp av noko (Watkins, 2009). Ungdomar fortel at dei får skuldkjensle når dei opplever at dei ikkje klarar å svare alle raskt nok, sein tilbakemelding kan nemleg indikere at noko er gale, eller ein kan kjenne seg ignorert og uviktig om ein ikkje får eit raskt svar. Mange uttrykker frustrasjon over at det ikkje er mogeleg å berre vere *litt* på Facebook (Turkle, 2011). Responskrav fører til avbryting i søvnmønster, arbeidsproduktivitet, daglege rutinar og sosialt liv (Young, referert i Amichai-Hamburger & Schneider, 2014; Turkle, 2011), og stress knytt til dette er utbreitt blant ungdom som aktivt brukar sosiale media (LaRose, Connolly, Lee, Li & Hales, 2014).

Eg vil i neste del sjå nærare på om kravstore sosiale media kan vere med på å endre rammer og normer for sosial interaksjon, og på moglege interessekonfliktar knytt til våre sterke og svake band.

3.2 Relasjonar under endring?

«Are young people more comfortable with technology than they are with humans?» spør Watkins (2009, s. 48). Sosial kompetanse og kjenslehandtering er viktig i kommunikasjon og interaksjon med andre menneske. Kommunikasjon krev teknikkar som inkluderer aksept, stadfesting og erkjenning av andre sine kjensler, og gjennom slike evner kan ein betre samarbeid og førebygge og løyse konflikt, samt betre sjølvkjensle og styrke identitet (Illouz, 2007). Men når emosjonar møter teknologi, hevdar Turkle det skjer noko med korleis vi forstår dei og brukar dei i digital, sosial interaksjon. Er sosiale ferdigheiter og mellommenneskelege kvalitetar i ferd med å endrast? I dette kapittelet vil eg sjå

nærare på ikkje berre korleis vi er sosiale saman på internett, men om digital sosialisering kan ha noko å seie for våre fysiske relasjonar.

3.2.1 Sosial kompetanse og kjenslehandtering

Rammer for kommunikasjon vert endra når den skjer gjennom pc eller mobil som medium. Kjønn, alder, etnisitet og andre fysiske kjenneteikn vert nøytraliserte (Illouz, 2007; Arnold, 2002; Watkins, 2009), og fokuset rettast mot innhaldet i formidlinga (Rutter & Stephenson, 1979). Det kan for mange utgjere ein psykologisk gevinst å ikkje behøve halde seg til ikkje-verbale leietrådar, som t.d. blikkontakt, sukk eller himling med auga. I ein virtuell kontekst treng dei heller ikkje gje tilbakemelding omgåande. Spesielt blyge, einsame og menneske med lærevanskar kan gjennom reduksjon av både eigne og andre sine sosiale teikn, oppleve ei auka kjensle av sosial myndiggjering, då dei vert dei meir komfortable med situasjonen og utfaldar seg med større sjølvsikkerhet (Valkenburg & Peter, referert i Allen, Ryan, Gray, McInerney, & Waters, 2014).

Sherry Turkle forstår at ungdomane ser ut til å oppleve emosjonane best gjennom å uttrykke dei på sosiale media (Turkle, 2011). Der kan dei dele personlege tankar og kjensler som dei ofte ikkje evnar å uttrykke i ein ansikt-til-ansikt-interaksjon (Turkle, 2011; Stern, referert i Montgomery, 2007). Ho trur innlegg på sosiale media og virtuell sosialisering ha ein katharsisk funksjon, der ungdomane i skriftform får ventilert ut indre kjensleviv. Fleire av ungdommane meiner også det er enklare å halde seg til andre sine kjensler gjennom skriftspråket. «If you send fond feelings or appreciation digitally, you protect yourself from a cool reception. One of the emotional affordances of digital communication is that one can always hide behind deliberated nonchalance» (Turkle, 2011, s. 198). Nokre peiker på at dei heller ynskjer å ta imot dårlege nyhende digitalt, og dermed kunne handskast med sterke kjensler bak den trygge skjermen. Dei får ein alternativ måte å omarbeide kjensler på, utan å vere eksponerte og observerte, og utan at det treng å skje i sanntid (Turkle, 2011). Frå eit *backstage*, får dei tid til å redigere eigen reaksjon og kontrollerer betre «inntrykka dei avgir», gjennom kva kjensler og reaksjonar dei ynskjer vise på utsida. Kan inntrykkskontroll og redigeringsmogelegheiter vere uheldig i lengda?

3.2.2 Når kommunikasjon og budskap lausrivast frå kropp og kontekst.

På den eine sida kan vi argumentere for at nokre kan oppleve ei positiv effekt når budskap og kommunikasjon vert skild frå det kroppslege og personlege. «Interaksjonsgrunnlaget» kan synast å verte meir egalitært, og internett representerer endelause mogelegheiter for til å trene og forbetre sosiale evner for dei som forståast som mindre sosialt kompetente (Whitty, referert i Amichai-Hamburger & Schneider, 2014). På den andre sida kan ein spørje seg om aktørar som ikkje utfordrar og trenar sin sosiale kompetanse, kan oppleve langtidskonsekvensar relatert til personleg utvikling og meistring, samt evne til å knyte og vedlikehalde relasjonar i den fysiske konteksten. Sannsynlegvis treng ungdom framleis å trene kognitive evner og kjenslehandtering på tradisjonelt vis, akkurat som tidlegare generasjonar (Turkle 2011). Kroppsleg formidling og ansiktsuttrykk bidreg til formidling og tolking av budskapen i kommunikasjon, og gjer samtidig våre relasjonar rikare (Baym, 2015). Ein budskap som ikkje er kroppsleg forankra, misser truverd og autentisitet. Når kjensler, som i høgste grad er kroppsleg forankra, skal nedfellast i ord, vert vi tvinga til å vurdere, analysere og reflektere over dei på ein måte som typiserer dei og gjer dei instrumentelle (Illouz, 2007). Det spontane og ekte forsvinn, ei orsaking på internett kan t.d. verte for enkelt og kjenslelaust. «You don't have to have any emotion, any believability in your voice or anything. It takes a lot for someone to go up to a

person and say; "I'm sorry". That's when you can really take it to the heart" (Turkle, 2011, s. 196). Sjølv om mykje forarbeid kan gjerast bak pc-en, kan ikkje «digital skills» erstatte sosiale og kognitive ferdigheiter når ein ynskjer å uttrykke noko personleg og intimt, skaffe seg jobb eller finne seg ein ektemann. Men der kan vere fleire farar som truar kvalitet i relasjonar og sosial samhandling.

3.2.3 Trua intimitet

Internett gløymer ikkje, digitale spor gjer både vår profil og vår aktivitet på internett mogeleg å søke opp. Våre teknologiske utvinningar blir også raskt domestiserte (Aalen, 2015). Mobilten er til dømes blitt ein naturleg del av oss, og utstyrt med tilgang til internett, representerer den difor ein potensiell trussel mot intimiteten i relasjonane våre. Eit bilete frå ein personleg samheng kan brått dukke opp på sosiale media, utan at ein har samtykka til det (Aalen, 2015).

Også det personlege og intime i private samtalar på sosiale media vert trua. At ein sit skjerma i eiga stovne med store redigeringsmogelegheiter, kan også ytterlegare forsterke ei falsk tryggleikskjensle (Amichai-Hamburger & Schneider, 2014). Det som kan vere sagt i fortrulegheit, kan både bli lagra og vidareformidla, med uana føremål og konsekvensar. Vi er ekstra sårbare fordi vi ikkje kjenner vårt framtidige publikum eller korleis informasjonen vår kan verte brukt i framtida (Aalen, 2015).

Beer (referert i Vergeer & Peltzer, 2009) skildrar ei auka samanveving av den virtuelle og den fysiske dimensjonen som gjer det nesten umogeleg å skilje dei to frå kvarandre. Avgrensingar rundt spesielle situasjonar (som familiemiddagar) og spesielle stadar (jobben, kyrkja, soverommet) vert viska ut, og vi har mindre respekt for tradisjonelle normer (Dahl, 2017; Turkle, 2011). Der det før var ufint å ta telefonen, som t.d. midt i ein konversasjon, er det no blitt daglegdags. Eg vil i det neste kapittelet sjå på effektar av «the technology-induced pressure for volume and velocity» (Turkle, 2011, s. 166).

3.2.4 Multitasking

Hastighet og kommunikasjon i sanntid er i dag eit ufråvikeleg krav. Multitasking vert vurdert og verdsett som ein nødvendig kompetanse for å lukkast i arbeidsliv og læring, også i vårt private liv (Turkle, 2011). For ungdom som har vakse opp med teknologien, er multitasking uproblematisk og fell dei like naturleg som å leve med ein fragmentert identitet (Turkle, 2011; Watkins, 2009). Dei er *digitalt innfødde* (Watkins, 2009), og hevdar dei aldri ville få noko gjort, om dei ikkje gjorde fleire ting parallelt (Turkle, 2011). Men det er ei feilslutning å tru at vi suksessfullt kan utføre krevjande oppgåver samtidig. Mange gjer skulearbeid eller trenar medan dei høyrer på musikk. Men t.d. å sende meldingar medan ein styrer tog, har vist seg å få fatale konsekvensar (Watkins, 2009). Hjernen fokuserer berre ein stad til ei kvar tid, og dei andre oppgåvene vert difor mellombels nedprioriterte (Marois, referert i Watkins, 2009). Multitasking betyr såleis at merksemda skiftar frå eit punkt til det andre. Det reelle faremomentet ved multitasking er difor at gjentekne skifte av merksemd reduserer effektivitet og produktivitet (LaRose et Al., 2014), og kan få følger for kontinuitet og kvalitet på våre sosiale interaksjonar.

3.2.4.1 Kva skjer når vi multitaskar sosiale relasjonar?

Teknologien og påfølgjande krav om hastighet, respons og kommunikasjon i sanntid gjer truleg noko med måten vi er saman på. Sosiale nettverkstenester vil ha oss til å bli *endå meir* sosiale. Med produksjonskrav frå fleire hald gjennom samtidige kanalar, fragmenterast tid og merksemd investert

i kvar enkelt. Vi *stablar* relasjonar når vi på PC eller mobil kommuniserer med fleire samtidig (Eriksen, 2001).

Vi forsøker gjerne også å kombinere dei fysiske relasjonane med dei virtuelle. Slik kan global påkobling skape lokal fråkopling (Eriksen, 2008). Å trekke seg frå den fysiske omgjevnaden omtalast av forskarar som «absence-in-presence». Samtidig skapast eit «presence-in-absence» når ein er til stades mentalt, med dei som ikkje er fysisk samtidige med oss (Watkins, 2009). Gjennom lys- og lyssignal krev mobilen gong på gong merksemda vår. Der vi er fysisk til stades, vert vi altså mentalt fråverande når vi skiftar fokus frå den fysiske situasjonen, relasjonane og menneska til å stelle dei virtuelle relasjonane.

Sosiale media er kravstore. Men for å forstå kva effekt dei har på våre relasjonar, kan det vere nødvendig å undersøke ytterlegare kvar tyngdepunkt for lojalitet og prioritering ligg. Eg vil dei neste avsnitta sjå på om det er hos dei sterke eller dei svake banda.

3.2.5 Sosial stelling av relasjonar

Ein stor del av tida brukt på sosiale media går med på det som på fagspråket kallast «social grooming», eller «sosial stelling» (Aalen, 2015). Kommenterarar og likes av innlegg eller bilete i alle sitt påsyn, fungerer som erkjenning av relasjonane når vi objektiverer forholdet med våre «allierte». Sosial stelling kan forståast som smurning av våre sosiale relasjonar. Spesielt ungdom (og jenter især) engasjerer seg svært i å pleie relasjonar på sosiale media (Aalen, 2015). Gjennom sosiale nettverkstenester kan ein også på ein enkel og lite ressurskrevjande måte halde kontakt med, og få innsikt i liv og kvardag til både venner og familie som ein kanskje elles ville hatt lite eller ingen kontakt med grunna avstand i geografi og livssituasjon. Massekommunikasjon har eit upersonleg preg, men er effektiv. Omgrepet «low maintenance friendship» skildre «latente» vennskap som vert «haldne i live» gjennom t.d. deling av bilete frå kvardagssituasjonar. Watkins (2009) kallar dette «lifesharing», og oppfattar det som eit viktig aspekt ved bruk av sosiale media. Det er ein naturleg, og viktig måte for ungdom å vere saman på og ta del i andre sine liv, sjølv når ikkje avstand i tid og rom er til hinder. Det kan vere vanskeleg for utanforståande å vurdere styrken på desse relasjonane. Men sosiale media er ein integrert del av kvardagen til unge, og ettersom vener og jamaldringar i ungdomstida vert svært viktige og kan overta rolla som *signifikante andre*, bør vi i alle fall ikkje undervurdere deira virtuelle relasjonar.

3.2.6 Svake band, men sterke fordelar

Svake band representerer ofte ei bru mellom ein sjølv og menneske med annleis bakgrunn, som t.d. yrke, livssituasjon, etnisitet og klasse. Vi har tidlegare lært at likskap knyter oss tettare saman, som typisk innanfor familien eller mellom individ som einast av felles livssituasjon og utfordringar (bonding). I ei gruppe sett saman av homogene individ vil sterke band dominere, medan ulike grupper seg imellom ofte kommuniserer via svake band (Granovetter, 1973). Dermed får ein gjennom lause kjennskapar til andre kretsar tilgang til annan informasjon enn den ein ville fått gjennom sterke band som *avgrensar* seg til dei ein gjerne omgåast med til dagleg (Putnam, 2000). Det er her styrken til dei svake banda ligg, ifølgje Granovetter. Dei fungerer som bruer, og kan utgjere ein moglegheitsstruktur for vertikal mobilitet. Gjennom kjende kan ein til dømes bli introdusert for ein ny og elles utilgjengeleg arbeidsmarknad, som kanskje kan skape både profesjonell og økonomisk vekst for aktøren. Nettverksbygging gjennom medium som t.d. LinkedIn er i dag særst viktig både for

enkeltpersonar og for bedrifter, grunna både moglegheita for profesjonell presentasjon og profilering, samt å kunne knyte kontaktar på tvers av geografiske og faglege felt. Å nå ut til våre kontaktar gjennom sosiale nettverkstenester når vi brukar dei i funksjonen som massemedium, er også ein effektiv måte for enkeltaktørar å få mobilisert ressursar i eins sosiale kapital, for eksempel når vi treng informasjon og praktisk hjelp. Svake band fungerer slik som ein viktig einande og stabiliserande eigenskap i samfunnet, fordi dei forbinder ulike nettverk og fellesskap (Putnam, 2000). Dei kan forståast som ein viktig ingrediens i eit seinmoderne samfunn, fordi dei skapar motvekt til individualiseringsprosessar.

Det påfølgande spørsmålet blir om vi gjennom nettverksbygging og sosial stelling heller investerer ressursar i mindre forpliktande og lause venskapskonstellasjonar, framfor våre sterke band, og om ei slik eventuell prioritering er mest tenleg for oss.

3.2.7 Er sterke band mangelvare idag?

Stadig fleire unge opplever einsemd og saknar sosial og emosjonell støtte, trass store vennelister på Facebook (Turkle, 2011; jf. norske nettartiklar). Tal frå Levekårsundersøkinga i 2016 viser at ungdom i alderen 16-24 år er den aldersgruppa med mest vennekontakt, målt både på hyppighet i fysiske møter, og på kommunikasjon via telefon og gjennom andre medium. Men når det derimot gjeld nokon å spørje ved personlege problem, opplyser heile 17% av same gruppe å ha to eller færre personar dei kan rekne med i vanskelege situasjonar (SSB, 2016). Det kan dessutan sjå ut til at medan fysiske sosiale nettverk tilbyr sosial støtte og har positiv effekt på einsemd, ser dei virtuelle sosiale nettverka ut til å mangle denne eigenskapen (Vergeer & Peltzer, 2009; Hu, referert i Amichai-Hamburger & Schneider, 2014). I «The internet paradox» konkluderer forfattarane med at internett, som skulle fungere som eit verktøy tenkt til å auke og vedlikehalde eins sosiale kapital, heller er relatert til auka depresjon og einsemd, samt nedgang i tal vener og altså svekka sosial kapital (Kraut et. Al., 1998). Men på den andre sida kan vi også spørje om det heller er einsame menneske som søker mot sosiale media (Amichai-Hamburger & Schneider, 2014). Konklusjonar om nytteverdi og effektar av bruk av sosiale media er delte, og kan kanskje skuldast at menneska har forskjellige utgangspunkt og føremål for bruk av sosiale medium. Det kan sjå ut til at dei fungerer som arena for reprodusering av sosial kapital, slik at aktørar som vert forstått som sosialt kompetente, får nok eit verktøy til å vere sosiale gjennom, medan dei mindre kompetente ikkje klarar å overføre sosial kompetanse frå identitet- og relasjonsskaping på nett til den fysiske dimensjonen (Vergeer & Peltzer, 2009; Amichai-Hamburger & Schneider, 2014). Den utadvende sin dominans over innadvende vert vidareført også i den virtuelle dimensjonen. Forskjellen kan skuldast at den utadvende i større grad bygger vidare på eksisterande relasjonar.

3.2.7.1 Eksisterande og nye relasjonar

Eit viktig skilje går nemleg mellom det å *skape nye* relasjonar og å *vedlikehalde* allereie eksisterande relasjonar. Turkle antyder at vi forventar meir frå teknologi og virtuelle venskap, og parallelt fjernar oss frå tradisjonelle, fysiske fellesskap. Men blant hennar undersøkingsobjekt er der mange som brukar internett for å utvikle nye vennskap. Det synast ikkje å lukkast så godt.

Watkins (2009) sine respondentar hevdar dei først og fremst ynskjer å livnære sterke, sosiale band til gode vener som dei dagleg omgåast med. Dei utviklar dermed allereie etablerte relasjonar, gjennom t.d. å arrangere ansikt-til-ansiktrelasjonar, og interaksjon og kommunikasjon på nett fungerer som eit

komplement og alternativ til tradisjonell sosial samhandling, og ikkje som eit substitutt. Watkins konkluderer med at ungdom *ikkje* er i ferd med å forlate den fysiske dimensjonen ettersom virtuell samhandling er forankra i denne. Vi vert tilsynelatande ikkje mindre sosiale av å vere aktive på sosiale media. Men det kan tenkast at mangel på tid og (krav)store vennelister tvingar oss til å velje og prioritere.

3.2.7.2 Kva er den beste framtidsinvesteringa?

Det ser ut til at sosiale media eignar seg godt til å utvikle og auke *delar* av den sosiale kapitalen. Gjennom formaliserte og instrumentelle førespurnadar verkar det enklare og meir legitimt å legge til ein ny kontakt digitalt, enn å starte ein relasjon i ein normal kvardagssamanheng, der mangelen på interaksjonspåskot (Tjora, Henriksen, Fjærli & Grønning, 2012) kan synast meir prekær. Sosiale media fungerer også som eit viktig alternativ til tradisjonelle møteplassar, fordi dei hjelper menneske å halde kontakt når dei er skilde av tid og rom. Men Shapiro minner om at vi samtidig vere merksame på moglege manglande kapasitet og restriksjonar. Han mistenker at relasjonar over internett sannsynlegvis ikkje vil vere verken varige, evnar å tilfredsstille djupare behov for tilhøyrslø, eller erstatte det som tradisjonelle, sterke band representerer (Shapiro, 1999). Dei vil heller sannsynlegvis ikkje bidra til «ontologisk sikkerheit», av Giddens forstått som ein fundamental tillit til stabilitet i både sjølvidentitet og omliggande materielle og sosiale struktur (Giddens, 1991). Gjennom tendensen til å fjerne seg frå naturleg, fysisk interaksjon risikerer vi å skape svake band med menneske som er fjerne, både i avstand og i livssituasjon, på kostnad av sterke band utvikla gjennom delte erfaringar og felles utfordringar med naboar og vener som er samtidige og geografisk nære. Denne fara gjeld ikkje berre ungdom der problematisk bruk av internett isolerer dei frå fysisk samhandling. Meir uheldige konsekvensar, og langt meir usynlege, kan vere mental fråkopling og manglande tilstadevering, samt trua intimitet i tradisjonelt samvær. Mange ungdommar reagerer ikkje på digital avbryting i det heile, sjølv ved intime relasjonar eller i spesielle samanhengar, men ser det som starten på ei tilknytning, ein interaksjon dei er redd for å gå glipp av (Turkle, 2011). Auka tendens til å stable relasjonar som om det var arbeidsoppgåver, og samansmelting av virtuell og fysisk sfære kan vere indikatorar på at sosiale media i samspel med teknologi er i ferd med å teikne opp nye grenser for intimitet og samvær (Turkle, 2011).

Der er brei semje om at ungdom brukar stadig meir tid på internett (Turkle, 2011; Watkins, 2009). Jo større sosialt nettverk, desto meir tid går med på å pleie relasjonane (Vergeer & Peltzer, 2009). Dei «digitalt innfødde» ungdomane Sherry Turkle samtalar med, seier dei har mange nettvener, men ingen å opne seg for eller spørje om hjelp (Turkle, 2011). Når dei seier at dei kjenner seg einsame - sjølv når dei er saman med kjende, kan det vere grunn til å stille spørsmål ved styrken på relasjonane til menneska dei omgåast. Ein sterk relasjon vil kjenneteiknast av emosjonell intensitet, høg grad av intimitet og gjensidighet knytt til både tillit og tenester. Men har vi i grunnen tid til slik ressurskrevjande investering når vi har 573 relasjonar som skal pleiast på Facebook? Lid vi av venskapsinflasjon? Kanskje bør vi spørje om vi er blitt *for* sosiale, *for* pålogga og *for* involverte i andre personar sitt liv (Watkins, 2009), og om indikasjonar på auka einsemd og dårlegare psykisk helse kan forståast som konsekvensar av mangel på dei sterke, støttande relasjonane.

Fysisk nærleik har tradisjonelt vore ein viktig premiss for utviklinga av nære band (Kraut et. Al, 1998), men gjennom utleiringsmekanismer har sosiale relasjonar lausrivne frå den fysiske dimensjonen. Men det er ikkje berre dei sosiale relasjonane som er lausrivne frå tid og stad. Vi er også meir mobile enn nokon gong, og bryt gang på gang opp frå fellesskap og heimstad anten som turistar eller omstreifarar, frivillig eller ufrivillig (Bauman, 2006). Tidssdimensjonen er ein annan viktig faktor

(Granovetter, 1973). Verken venskapsforhold eller kjærleiksforhold ser ut til lenger å vere varige og livslange (Giddens, 1991). Gjennom teknologisk utvikling, globalisering og auka økonomisk velstand, har jorda vorte mindre, samfunnet meir skiftande og vi meir flakkande. Økonomiske krav til effektivitet og samtidighet kombinert med prioritering av sosial stelling og nettverksbygging kan tenkast å kanalisere ressursane våre, tid og merksemd, mot dei svake banda. At stadig meir forskning og rapportar peikar på auka einsemd og psykososiale utfordringar for ungdom, samtidig som det hevdast at vi er meir sosiale enn nokon gong, kan vere uttrykk for at sterke, støttande relasjonar, av Giddens forstått som «rene forhold», vert like sjeldne og skjøre som han førespeglar oss.

4.0 Konklusjon

«We are shaped by our tools», skriv Turkle innleiingsvis (2011, s. x). Gjennom oppgåva har eg prøvd å reflektere over korleis sosiale media bidreg til vår sjølvforståing og skaping av ein stadig fragmentert og omskifteleg identitet, samt kva for utfordringar og konflikhtar som kan knytast til dette. Konstant eksponering fordrar ein kontinuerleg og ressurskrevjande inntrykkskontroll, som kan skape ein uheldig «panoptisk effekt». Vi kjenner ikkje fullt ut vårt publikum, eller kva profilen vår og informasjonen vi deler kan verte brukt til. Slik ein blind eller døv hund får skjerpa luktesans, vert vi også meir avhengige av dei virtuelle leietrådar vi har att. Vi vert meir detaljbevisste og sensitive for eigen framtoning. Samtidig vert vi merksame på alle vi virtuelt samhandlar med, og tenderer til å samanlikne oss med andre i større grad. Om vi kan forstå effektane som katalysatorar for individualiseringsprosessar, og om dei kan gje aggregerte konsekvensar for identitet og ontologisk sikkerheit, kunne vore ein spanande innfallsvinkel for framtidig undersøking.

Sjølv om det kan verke som ei logisk slutning å tru at sosiale media gjennom fokus på identitetsskaping og sjølvpresentasjon skapar meir individualiserte menneske, verkar ei tilsynelatande stor investering i svake band som eit motargument mot tesen, fordi dei ser ut til å binde saman og bygge bru mellom ulike sosiale samfunnsgrupper. Svake band representerer ein viktig ressurs i eins sosiale kapital, dei kan raskt og effektivt mobiliserast om ein ynskjer å spreie ein budskap, eller treng informasjon og praktisk hjelp. Internett bidreg dessutan til ei tilbakekopling med vener og familie som ein elles ikkje ville kunne halde kontakt med, og kan vedlikehalde relasjonar mellom menneske som er skilde av tid og rom. Digital kommunikasjon har kanskje aldri vore viktigare enn i ein globalisert tidsalder der vi er meir mobile enn nokon gong.

Vi vert altså ikkje mindre sosiale av mediestyrt samvær, men meir, ettersom sosiale nettverkstenester ikkje ser ut til å erstatte, men komplimentere eksisterande relasjonar, og såleis aukar den sosiale kapitalen. Vi kjenner ikkje lenger menneska *godt*, men kjenner *mange* (Eriksen, 2001), og ser ut til å velje kvantitet framfor kvalitet. På same måten som kapitalismen tok produksjon til nye høgder, ser det ut til at sosiale nettverkstenester krev at vi manøvrerer eit større tal interaksjonar parallelt. Der er dermed belegg for å stille spørsmål ved kva samfunnet sine økonomisk avleidde krav til effektivitet, fleksibilitet og rasjonalitet gjer med våre relasjonar. Ei utvikling prega av *volum*, *hastigheit* og *samtidighet* kan bidra til endå større kamp om dei knappe ressursane *tid* og *merksemd*, som saman med fysisk nærvær kan sjåast som viktig eigenkapital som sterke band er avhengige av. Dei let seg ikkje berre livnære digitalt. Dei kan ikkje multitaskast, eller pleiast gjennom massekommunikasjon. Når ein skil kommunikasjon frå ansiktuttrykk og kroppsspråk, selekterer ein også vekk noko av det som gjer samvær med andre personleg, intimt, spontant, ekte og meningsfylt. Det er framleis lokalt vi finn ei sann kjensle av tilhøyrslø og delte erfaringar, og der ei kjensle av forpliking og lojalitet kan oppstå (Shapiro, 1999). Granovetter (1973) hevdar at dei sterke banda

hjelper deg gjennom dagen, medan dei svake hjelper deg gjennom livet. Eg er einig, men tykkjer vi bør ta ein dag om gangen.

Eg tillét meg til sist å reise nokre filosofiske spørsmål til ettertanke. Kor paradoksalt er det ikkje å leite etter ro i skogen ein døsig sommarkveld, men brått kjenne behov for å kringkaste det på Facebook? Vi deler eit bilete og reklamerer med «Sjedefred» som overskrift. Men har vi i grunnen sjedefred når heile verda i lomma «bankar på», og vår smarte venn med 4G stadig trenger seg på våre intime og personlege augeblikk og relasjonar? Inngår deling av slike stunder som nok eit fragment i vår sjølvpresentasjon? Eller kan det tolkast som eit uttrykk for sagn fordi vi rett og slett manglar eit fysisk nært menneske å dele ei intim og magisk stund saman med? Facebook sitt personvern har vorte oppdatert fleire gongar grunna ei stadig meir innfløkt teneste. Kanskje det er på tide å revidere vårt eige.

5.0 Litteraturliste

- Bauman, Z. (2006). *Globaliseringen og dens menneskelige konsekvenser* (2. utg). Oslo: Vidarforlag.
- Castells, M. (2009). *The Rise of The Network Society* (2. Edition). Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Dalland, O. (2012). *Metode og oppgaveskriving* (5. utg). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Eriksen, T. H. (2001). *Øyeblikkets tyranni*. Oslo: H. Aschehoug & Co.
- Eriksen, T. H., (2008). *Globalisering – 8 nøkkelbegrep*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Facebook. (2017, 20.05). Henta frå: www.facebook.no
- Folkehelseinstituttet. (2015). *Psykisk helse hos barn og unge*. Henta frå <https://www.fhi.no/nettpub/hin/helse-og-sykdom/psykisk-helse-hos-barn-og-unge/>
- Folkehelseinstituttet. (2017). *Fakta om livskvalitet og trivsel hos barn og unge*. Henta frå <https://www.fhi.no/fp/barn-og-unge/oppvekst/fakta-om-livskvalitet-og-trivsel-ho/>
- Furlong A., & Carmel F. (2007). *Young People and Social Change*. New York: Open University Press.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in The Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Goffman, E. (1992). *Vårt rollespill til daglig*. Oslo: Pax forlag.
- Gripsrud, J. (1999). *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Heggen, K., Jørgensen, G., & Paulgaard, G. (2003). *De andre – Ungdom, risikosoner og marginalisering*. Bergen, Fagbokforlaget.
- Illouz, E. (2007). *Cold Intimacies – The Making of Emotional Capitalism*. Oxford: Polity Press.
- LinkedIn. (2017, 20.05). Henta frå www.linkedin.com
- Martinussen, W. (2008). *Samfunnsliv: en innføring i sosiologiske tenkemåter*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Mead, G.H. (1934). *Mind, Self and Society. From a Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.
- Montgomery, K. C. (2007). *Generation Digital. Politics, Commerce, and Childhood in The Age of The Internet*. Cambridge: The MIT Press.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.

Sennet, R. (2001). *Det fleksible mennesket. Personlige konsekvenser av å arbeide i den nye kapitalismen*. Oslo: Fagbokforlaget.

Statistisk sentralbyrå. (2015). *Levekårsundersøkinga om helse. Sosial kontakt*. Henta frå <https://www.ssb.no/sosiale-forhold-og-kriminalitet/statistikker/soskon>

Tjora, A. H., Henriksen, I.M., Fjærli, T., & Grønning, I. (2012). *Sammen i byen: en sosiologisk analyse av urbane naboskap, nærmiljø og boligens betydning*. Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.

Weinberg, H. (2014). *The Paradox of Internet Groups. Alone in The Presence of Others*. London: Karnac Books.

Øya, T., & Vestel, V. (2014). Generasjonskløfta som forsvant. *Tidsskrift for ungdomsforskning*, 14(1), s. 99-133.

5.1 Sjølvvald pensum

Aalen, I. (2015). *Sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget. (s. 15-250, 235 sider).

Abbas, Y., & Dervin, F. (2009). *Digital Technologies of The Self*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing. (Kap. 5 og 7, 30 sider).

Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M., & Waters, L. (2014). Social Media Use and Social Connectedness in Adolescents: The Positives and The Potential Pitfalls. *The Australian Educational and Developmental Psychologist*. Vol. 31, issue 1., s. 18-31. doi: 10.1017/edp.2014.2

Amichai-Hamburger, Y. & Schneider, B. H. (2014). Loneliness and Internet Use. *Computers in Human Behavior*. 2003, Vol.19(1), s. 71-80.

Arnold, M. (2002). The Glass Screen. *Information, Communication & Society*. Vol.5(2), s. 225-236. doi: 10.1080/13691180210130752.

Baym, N. K. (2015). *Personal Connections in The Digital Age* (2. Edition). Cambridge: Polity Press. (Kap. 1, 3, 5 og 6, 110 sider).

Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. Vol.78(6), s. 1360-1380. doi: 10.1086/225469

Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). The Internet Paradox. *American Psychologist*. Vol.53(9), s. 1017-1031. doi: 10.1037/0003-066X.53.9.1017 (14 sider).

LaRose, R., Connolly, R., Lee, H., Li, K., & Hales, K. D. (2014). Connection Overload? A Cross Cultural Study of The Consequences of Social Media Connection. *Information Systems Management*. Vol.31, s. 59-73. doi: 10.1080/10580530.2014.854097

Rutter, D., R. & Stephenson, G., G. (1979). The Role of Visual Communication in Social Interaction. *Current Anthropology*. Vol.20(1), s. 124-125. doi: 10.1086/202217

Shapiro, A. L. (1999). *The Control Revolution. How Internet is Putting Individuals in Charge and Changing The World We Know*. New York: PublicAffairs. (Kap. 20, 8 sider).

Turkle, S. (2011). *Alone Together. Why We Expect More From Technology and Less From Each Other*. New York: Basic Books. (Kap. 8-14, 145 sider).

Vergeer, M., & Peltzer, B. (2009). Consequences of Media and Internet Use for Offline and Online Network Capital and Well-being. A Causal Model Approach. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 15, s. 189-210. doi: 10.1111/j.1083-6101.2009.01499.x

Watkins, S. C. (2009). *The Young & The Digital. What The Migration to Social-network Sites, Games, and Anytime, Anywhere Media Means for Our Future*. Boston: Beacon Press. (Kap.3, 7 og 8, 64 sider).

5.2 Nettartiklar og kronikkar frå media:

Ask, K. (2017, 22.05). Selfie i selvheldens tid. *Nrk*. Henta frå: <https://www.nrk.no/ytring/selfie-i-selvheldens-tid-1.13486716>

Børresen, M. F. & Eide, S., S. (2017, 03.12). Perfekte liv på Facebook gjør vondt. *Nrk*. Henta frå: <https://www.nrk.no/ho/perfekte-liv-pa-facebook-gjor-vondt-1.12684873>

Dahl, P., A. (2017, 26.04). Digital fastetid. *Aftenposten*. Henta frå <http://www.aftenposten.no/meninger/debatt/Digital-fastetid--Per-Arne-Dahl-617571b.html>

Eggen, S. (2013, 30.09). «Å fremstå som vellykket har blitt en kollektiv konkurranse». *Vg*. Henta frå: <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/aa-fremstaa-som-vellykket-har-blitt-en-kollektiv-konkurranse/a/10152003/>

Eriksen, S. (2011, 12.07). Facebook er skummelt for selvfølelsen. *Tv2*. Henta frå: <http://www.tv2.no/a/3537729/>

Fossbakk, H. (2017, 12.04). Tusen venner på Facebook, men ingen planer i helgen. *Aftenposten*. Henta frå <http://www.aftenposten.no/meninger/debatt/Tusen-venner-pa-Facebook-men-ingen-planer-i-helgen--Helle-Fossbakk-619072b.html>