

Mer eller mindre sosial?

*En kvalitativ studie av åtte unge voksnes
hverdagsbruk av sosiale medier*

Camilla Fedog



Masteroppgave ved
TIK Senter for teknologi, innovasjon og kultur
Det samfunnsvitenskapelige fakultet

UNIVERSITETET I OSLO

Vår 2019

Mer eller mindre sosial?

En kvalitativ studie av unge voksnes hverdagsbruk av sosiale medier

Camilla Fedog

Masteroppgave i STS

Universitetet i Oslo

Vår 2019

© Camilla Fedog

2019

Mer eller mindre sosial?

Forfatter: Camilla Fedog

Veileder: Sylvia Irene Lysgård

<http://www.duo.uio.no>

Trykk: Grafisk Senter, Oslo

IV

”Så mobil. Så avskåret. Så tilgjengelig. Så fjern.”

Øivind Holthe, Fædrelandsvennen (2012)

Sammendrag

I denne masteroppgaven retter jeg oppmerksomheten mot møtet mellom teknologien og mennesket, nærmere bestemt unge voksne og sosiale medier. Formålet med studien er å løfte frem og studere åtte unge voksnes erfaringer med bruk av Instagram og Snapchat i hverdagen, og jeg har derfor valgt en kvalitativ tilnærming. Problemstillingen min er: *Hvilken rolle spiller sosiale medier i hverdagen til unge voksne?*

Jeg har gjennomført åtte semistrukturerte intervjuer med unge voksne i alderen 18 til 29 år, der jeg spurte dem om deres erfaringer og opplevelser knyttet til bruk av sosiale medier i hverdagen. Jeg har transkribert og deretter kodet datamaterialet for å få en oversikt over funnene. Funnene har jeg delt inn i fire hovedkategorier: *Tilgjengelighet som tilstedeværelse – et tveegget sverd?*, *Tilgjengelighet = sosial ressurs?*, *Sosiale koder*, og *Mer eller mindre sosial?*. Informantene har ulike erfaringer med sosiale medier i hverdagen, men jeg finner også erfaringer som går igjen blant flere. For eksempel har alle informantene mine noen faste rutiner for når de bruker sosiale medier, og alle har tilnærmet den samme oppfatningen om hva som kan deles på Snapchat og hva som kan deles på Instagram. De forteller imidlertid om ulike oppfatninger om når de mener det er greit å bruke sosiale medier sammen med andre, og hvorvidt sosiale medier gjør dem *mer* eller *mindre* sosiale.

Når jeg tar for meg dette møtet mellom mennesker og teknologi, er jeg spesielt opptatt av *tilpasninger*. Jeg undersøker hvordan Snapchat og Instagram tilpasses til informantenes hverdag, og, på den annen side, hvordan hverdagen deres tilpasses til disse sosiale mediene. Informantenes forhandlinger med seg selv og omgivelsene i denne tilpasningen er helt sentral. Disse forhandlingene er derfor noe jeg retter oppmerksomhet mot i denne oppgaven.

Hensikten med oppgaven er å bidra til økt bevissthet omkring hvilken betydning sosiale medier kan ha. Samtidig er jeg opptatt av å løfte frem at brukerperspektivet er avgjørende for hvordan teknologi får spille en rolle.

Forord

Endelig er jeg i mål! Prosessen har vært lang og krevende, men samtidig utrolig lærerik. Det er flere jeg ønsker å takke for god hjelp og støtte i arbeidet med denne oppgaven.

Først og fremst vil jeg rette en stor takk til de åtte unge voksne menneskene jeg har fått lov til å intervju. Jeg føler meg heldig som kom i kontakt med akkurat dere. Takket være deres åpenhet og spennende refleksjoner har jeg fått et rikt datamateriale å jobbe med, som har dannet grunnlaget for hele oppgaven.

Jeg vil også takke min fantastiske veileder, Sylvia Irene Lysgård. Du har vært en uvurderlig støtte for meg gjennom dette arbeidet. Ditt engasjement og dine kompetente tilbakemeldinger har inspirert meg, og det har hjulpet meg til å fortsette å jobbe når det har vært tungt. Tusen takk for alt du har lært meg, og for at du gitt meg troen på prosjektet!

Takk til mamma, pappa, Marie og mor for støttende ord gjennom hele prosessen. Takk til mine ”roomies”, Silje, Kristine og Mari, for at dere har vært så gode å komme hjem til. Jeg vil også takke mine medstudenter på TIK for fine samtaler og deling av erfaringer.

Sist, men ikke minst, tusen takk til Iselin og Sylvi-Ann for deres gode støtte underveis, og takk for at dere ville lese oppgaven min og gi meg tilbakemeldinger!

Oslo, mai 2019

Camilla Fedog

Innhold

1	Introduksjon.....	1
	Sentrale debatter og litteratur i feltet	2
	Om denne oppgaven	5
	Snapchat og Instagram	5
	Leserveiledning	6
2	Teoretisk rammeverk	7
	Teknologideterminisme og sosialkonstruktivisme.....	7
	Script og domestisering	8
	Å studere teknologi i hverdagen.....	9
	Tre dimensjoner av domestisering	10
	Mitt forhold til begrepene	11
	Konkretisering av forskningsspørsmål.....	12
3	Metode.....	13
	Valg av metode.....	13
	Valg av informanter	13
	Kriterier for rekruttering	14
	Rekruttering.....	15
	Intervjuguiden og gjennomføring av intervju	16
	Min rolle som aktiv intervjuer	17
	Transkribering.....	18
	Analyse.....	19
	Evaluering av prosessen og materialet	20
	Etiske overveielser	22
4	Snapchat og Instagram.....	23
	Snapchat	23
	Instagram	24
	Snapchat vs. Instagram	25
5	Presentasjon av funn og analyse.....	27
	Bruk av Snapchat og Instagram.....	28

5.1.1	Offentlig publisering vs. flyktig ”small talk”?	28
5.1.2	Én til mange vs. én til få – om å gjøre relasjoner ulikt	31
5.1.3	En tidstyv eller en normativ forventning?	33
	Tilgjengelighet som tilstedeværelse – et tveegget sverd?	35
5.1.4	”Fanget” på sosiale medier?	39
	Tilgjengelighet = sosial ressurs?	42
5.1.5	Sosiale medier hjelper samtalen utenfor sosiale medier	42
5.1.6	Å gjøre kontroll: Trygghet vs. overvåking?	44
5.1.7	Oppleve, eller dele det du opplever?	45
5.1.8	Adspredelse vs. distraksjon	47
	Sosiale koder	50
5.1.9	”Riktig” bruk	50
5.1.10	”Snapfjes”	51
5.1.11	”Hashtags blir for åpenbart”	53
5.1.12	”Streaks”	54
5.1.13	Blir vi noen andre på sosiale medier?	57
5.1.14	Selvrepresentasjon og anerkjennelse – om strategier for å få likes	59
5.1.15	Status	64
	Mer eller mindre sosial?	66
5.1.16	Mindre sosial?	66
5.1.17	Mer sosial?	67
5.1.18	Flere måter å være sosial på	69
6	Oppsummering og konklusjon	74
	Min studie i relasjon til samfunnsdebatter og annen forskning	76
	Fem fjellvettregler	78
	Litteratur	81
	Vedlegg	85
	Intervjuguide	85

1 Introduksjon

Sosiale medier er et samtidsfenomen mange av oss er godt kjent med, og som vi har integrert som en selvfølgelig del av vår hverdag. Sosiale medier kan defineres som nettsteder og apper som tilrettelegger for sosial interaksjon og å skape og dele innhold (Aalen & Enli, 2018).

Noen brukere sender hundrevis av snapper hver eneste dag og oppdaterer Instagram-kontoen hyppig, mens andre kan sies å være mer nøkterne når det kommer til hvor ofte noe deles og med hvem. Man kan dele bilder av seg selv, av spennende turer, av vennegjengen eller av bursdagsfesten.

Det kan være fint å se innholdet som venner, bekjente og ukjente deler med oss, og det kan også føles fint å dele øyeblikk med andre. Sosiale medier gir oss nye muligheter for kommunikasjon, muligheter mange har omfavnet. Forskere, på sin side, er uenige om rollen sosiale medier spiller i livene våre, og om hvilke konsekvenser bruken av sosiale medier kan ha. Professor i sosiologi og psykologi, Sherry Turkle, er opptatt av og har studert relasjonen mellom mennesker og teknologi. Hun uttrykker en bekymring for hva digital kommunikasjon gjør med oss mennesker:

Vi er ensomme, men samtidig redde for intimitet. Den digitale kommunikasjonen og interaksjonen med roboter kan tilby illusjonen om fellesskap uten de kravene som følger med et vennskap. Når vi lever livene våre på nettet, har vi mulighet til å gjemme oss for hverandre, samtidig som vi har kontakt. Vi vil heller tekste enn å ringe (Turkle, 2011, s. 1, min oversettelse).

Kontakt via sosiale medier er et alternativ til ansikt-til-ansikt-kommunikasjon. Ansikt-til-ansikt-kommunikasjon er mer konfronterende og krever raskere respons enn teksting og andre typer kommunikasjon via sosiale medier. Å ta kontakt med noen gjennom sosiale medier kan derfor oppleves som lavterskel-kommunikasjon sammenlignet med tradisjonelle kommunikasjonsmåter. Men gjør det at vi ikke lenger har samme behov for ansikt-til-ansikt-kommunikasjon? Det er ett av spørsmålene jeg ønsker å belyse i denne oppgaven.

Jeg er selv bruker av sosiale medier. Som bruker reflekterer jeg stadig mer over hvordan og hvorfor jeg bruker sosiale medier som jeg gjør, og på hvilken måte sosiale medier er en del av min og andres hverdag. Hva som skjer på sosiale medier, er hyppig på dagsorden i samtaler med andre, og reiser man med trikk eller buss, ser man at mange tyr til smarttelefonene sine og sosiale medier når de får ledige øyeblikk. Det er tydelig at sosiale medier er en stor del av hverdagen til mange av oss.

Det blir flere og flere møter mellom mennesker og teknologi etter hvert som ny teknologi utvikles. Sosiale medier er en av plattformene der slike møter finner sted, og en god arena å utforske for å studere nettopp møtet mellom mennesket og teknologien. Blir vi mer eller mindre sosiale av å bruke sosiale medier? Hvordan og hvorfor bruker vi sosiale medier? Dette er spennende spørsmål som jeg syntes det ville være interessant å gå i dybden på.

Sentrale debatter og litteratur i feltet

Sosiale medier er et samtidsfenomen det er høyst relevant å undersøke nærmere. Fenomenet er relativt nytt, men det har likevel rukket å etablere seg som en mer eller mindre viktig del i hverdagen for de fleste. I mars 2019 sendte NRK episoden ”Sykt sosial” som en del av dokumentarserien ”Uro”, der de tar for seg ulike tendenser i samfunnet som kan skape bekymringer hos folket, for eksempel klimaendringer og terror. I denne episoden undersøker programleder Leo Ajkic folks uro knyttet til sosiale medier. Han snakker med brukere for å finne ut hva som deles på sosiale medier, og hvilke erfaringer og bekymringer de har i forbindelse med bruken av sosiale medier. Det kommer blant annet frem at det som regel er de gode øyeblikkene som deles, og ikke de triste eller vanskelige. Ajkic er i kontakt med unge mennesker som forteller hvor viktig de synes det er å bli likt av andre, og at *likes* og *kommentarer* på sosiale medier for noen kan være noe å måle egen verdi etter (NRK, 2019, 18. mars). At bruken av sosiale medier tematiseres på denne måten gjennom dokumentarer som denne, viser at temaet er aktuelt og engasjerer og angår mange.

Det har blitt forsket på sosiale medier på tvers av fagområder. Flere forskere har gjennomført studier der de undersøker sammenhengen mellom bruk av sosiale medier og ensomhet. En av disse er den amerikanske professoren i medisin og direktør for Senter for forskning på media, teknologi og helse, Brian A. Primack. Han har forsket på ensomhet knyttet til sosiale medier

blant unge voksne i alderen 19-32 år i USA. Han konkluderer med at det er sammenhenger mellom bruk av sosiale medier og ensomhet (Primack, 2017).

Denne sammenhengen finner også Turkle. Hun skrev i 2011 en bok med tittelen "Alone Together" og undertittel "Why We Expect More from Technology and Less from Each Other". Dette er den siste boken i en trilogi om ulike former for teknologi i relasjon til mennesker. I denne boka problematiserer Turkle vår bruk av teknologi på den måten at vi alltid er "på" og kommuniserer gjennom teknologi i stedet for å ringes eller møtes ansikt til ansikt. Hun hevder dette fører til ensomhet ved at vi forventer mer fra teknologien enn fra hverandre. Turkle argumenterer for at vi nå har nådd et punkt hvor vi har muligheten til å avgjøre hvor veien videre skal gå. Hun skriver selv at hun i denne boka "spør hvordan vi kom til dette punktet og hvorvidt vi er fornøyde med hvor vi er" (2011, s. 2, min oversettelse).

Fokuset Turkle (2011) har på relasjonen mellom mennesker og teknologi, synes jeg er spennende, og hennes betraktninger og konklusjoner engasjerer meg. Er det først og fremst negative konsekvenser forbundet med bruk av sosiale medier, eller kan denne oppfatningen nyanseres? Medieviter og SINTEF-forsker Petter B. Brandtzæg er både enig og uenig med Turkle på flere områder i forskningen sin. Han har forsket mye på sosiale medier, blant annet har han gjennomført en studie av sosiale medier knyttet til sosial kapital (Brandtzæg, 2012). I studien sammenligner han brukere med ikke-brukere og ser på forskjellige typer brukere, og han konkluderer med at bruk av sosiale medier kan bidra til økt sosial kapital. Dette står i kontrast til det Turkle konkluderer med i "Alone Together".

I Brandtzægs studie kommer det også frem at noen typer brukere av sosiale medier har flere ansikt-til-ansikt-møter, og at de har flere bekjente. Brandtzæg hevder derfor at sosiale medier kan fungere som et supplement til det sosiale livet ellers, og på den måten bidra til å gi noen brukere det han kaller økt sosial kapital. Det understrekes imidlertid at *hvordan* sosiale medier brukes, spiller en viktig rolle for hvilke følger bruken får. De som bruker sosiale medier først og fremst til å kommunisere, er gjerne de som blir mindre ensomme. Det kommer imidlertid også frem at andre typer brukere av sosiale medier i større grad rapporterer om ensomhet. Dermed kan også deler av konklusjonen i denne studien stå i samsvar med noen av de negative følgene knyttet til sosiale medier som blant annet Turkle (2011) står for.

Brandtzæg (2012) understreker her at det må skilles mellom typer brukere ut ifra hvordan og hvor mye de bruker sosiale medier. Ifølge Brandtzæg får ikke bruken av sosiale medier de samme konsekvensene for alle brukere. Hvordan sosiale medier brukes, kan ha stor betydning for hvilken rolle de spiller i hverdagen og i livet.

Inspirert av blant annet Turkle (2011) og Brandtzægs (2012) studier, ønsket jeg mer kunnskap om hverdagsbruk av sosiale medier. Jeg ønsket å studere et utvalg unge voksnes opplevelser og erfaringer med bruk av sosiale medier i hverdagen, men ut ifra et perspektiv som også favner mer når det gjelder rollen sosiale medier spiller i hverdagen. Jeg er nysgjerrig på hvordan og hvorfor vi bruker sosiale medier i dag, og hvilke konsekvenser bruken av disse kan få, blant annet når det gjelder hvorvidt denne bruken gjør oss mer ensomme, eller med andre ord ”mindre sosiale”, slik som Turkle hevder. Studien min har disse diskusjonene i feltet som bakgrunn, noe som vil komme tydelig frem utover i oppgaven. Turkle hevder ensomhet er en grunnleggende konsekvens av dagens teknologibruk uten tydelig å skille mellom type medium og bruker. Jeg ønsker å gjennomføre studien min i en mer spesifikk kontekst, ved å undersøke unge voksnes bruk av to spesifikke sosiale medieplattformer, Snapchat og Instagram.

Sosiale medier har altså blitt studert og diskutert på tvers av ulike fagfelt. I denne oppgaven studerer jeg fenomenet fra et STS-perspektiv. STS står for ”science and technology studies”. På norsk er STS kjent som vitenskaps- og teknologistudier, og er en sammensatt fagtradisjon utviklet på 1990-tallet. Et av fokusområdene innenfor STS-feltet er forholdet mellom mennesker og teknologi, og samspillet og sammenhengen mellom nettopp teknologien, brukerne og samfunnet. I den delen av STS som jeg er inspirert av, er man spesielt opptatt av disse møtene i en hverdagskontekst (Silverstone, 1992; Sørensen, 2006). Førsteamanuensis og STS-forsker Kristine Ask har forsket på spill, nærmere bestemt World of Warcraft, fra et brukerperspektiv. Hun er opptatt av hvordan spillerne har forhandlet om meningen med dataspill når de skal balansere spillingen med andre hverdagsaktiviteter knyttet til blant annet familie og jobb (Ask, 2011). Jeg fokuserer ikke på spill i min studie, men kan likevel trekke noen paralleller mellom å være en spiller og å være en bruker av sosiale medier når det kommer til tilpasning av teknologien og hverdagen, og hvordan denne tilpasningen innebærer stadige forhandlinger for å oppnå balanse med andre hverdagsaktiviteter og forpliktelser.

Mer og mer teknologi integreres i hverdagen vår, og sosiale medier er en av disse teknologiene. Jeg er, i tråd med STS-tradisjonen, altså opptatt av disse møtene mellom mennesker og teknologi i form av sosiale medier. Hvordan former brukere teknologi gjennom sin hverdagsbruk, og på den annen side, hvordan former teknologien brukernes hverdag? Denne gjensidigheten ved møtene er mye av motivasjonen for denne studien.

Om denne oppgaven

I denne oppgaven studerer jeg hvordan sosiale medier brukes av ulike mennesker, og hvorfor de bruker dem som de gjør. Jeg gjør en empirisk studie der funnene mine i stor grad fungerer som utgangspunktet for oppgaven. Fenomenet sosiale medier favner ganske bredt. I tråd med STS-tradisjonen er det imidlertid viktig å studere dette i en avgrenset setting hvor en forsker på det spesifikke, og jeg har gjennomført semistrukturerte dybdeintervjuer med åtte unge voksne som er brukere av sosiale medier. Kravet om å være spesifikk gjelder imidlertid ikke bare brukerne, men også teknologien. Jeg har derfor tatt for meg bruken av to sosiale plattformer, Snapchat og Instagram. Gjennom analyse av intervjuer med åtte unge voksne om deres forhold og erfaringer først og fremst knyttet til disse sosiale mediene, forsøker jeg å besvare den overordnede problemstillingen min: *Hvilken rolle spiller sosiale medier i hverdagen til unge voksne?* Mine aktører er altså både disse åtte unge brukerne i tillegg til to konkrete sosiale medier.

Snapchat og Instagram

I boka "Alone Together" skisserer Turkle (2011) at vi står ved et veiskille, og at tiden er inne for å ta et aktivt valg når det gjelder teknologiens plass i livene våre. Omtrent samtidig som Turkle opprinnelig ga ut denne boka i 2011, begynte bruken av Instagram og Snapchat å ta av. Instagram ble lansert i 2010, og Snapchat i 2011, og siden den gang har disse to sosiale mediene fått et høyt antall brukere. Ifølge tall fra Ipsos (2018) har Instagram 2 219 000 norske brukere, mens Snapchat har 2 592 000 norske brukere. Både Instagram og Snapchat har flest brukere i aldersgruppen 18-29 år. Videre, ifølge tallene deres, er 80 % i denne aldersgruppen Instagram-brukere, og 92 % i samme aldersgruppe er Snapchat-brukere. Instagram og Snapchat er to av de tre mest brukte sosiale mediene, men Facebook er fortsatt på toppen. Det har imidlertid blitt færre unge brukere på Facebook de siste årene (Lygre, 2018).

Leserveiledning

Jeg har allerede gitt noe bakgrunnsinformasjon om Snapchat og Instagram, og jeg gir utdypende informasjon i kapittel 4. I kapittel 2 presenterer jeg aktuell teori og analyseverktøy som jeg bruker for å analysere datamaterialet mitt. Her kommer jeg til å si litt mer om STS-feltet og ha et hovedfokus på domestisering som analyseverktøy. I kapittel 3, metodekapittelet, presenterer jeg informantene mine og intervju som metode, før jeg forklarer prosessen utførlig. Kapittel 5, analysekapittelet, består av presentasjon av funn fra intervjuene. Jeg diskuterer funnene ved hjelp av analyseverktøy ut ifra teori som jeg redegjør for i teorikapittelet, i tillegg til sentrale debatter og forskning på sosiale medier. I det siste kapittelet oppsummerer jeg oppgaven med henblikk på problemstillingen og forskningsspørsmålene, og runder av med å vurdere oppgaven min i lys av Skjølsvolds fem fjellvettregler for god STS (2015).

2 Teoretisk rammeverk

Teknologideterminisme og sosialkonstruktivisme

I introduksjonen skrev jeg at jeg var opptatt av samspillet mellom teknologi, samfunn og brukere. Måten vi betrakter teknologi som fenomen på, og rollen den spiller i samfunnet, har imidlertid endret seg over tid. Tradisjonelt var det vi kaller *teknologideterminisme* det rådende perspektivet, som innebar en oppfatning om at teknologien var noe som kom ”rullende over oss” og endret livene våre på en måte som var utenfor vår kontroll. Etter hvert ble det mer og mer fokus på at det ikke var teknologien alene som rådet, men at utviklingen skjedde nettopp i et spill mellom teknologien, samfunnet og brukerne. Innenfor STS-tradisjoner har det vært et sentralt poeng at teknologiens rolle i samfunnet og dens eventuelle påvirkning må studeres empirisk for at vi skal kunne forstå (Skjølvold, 2015, s. 21). Et tradisjonelt perspektiv på teknologi er altså at brukeren er passiv, og at det er teknologien som styrer. I motsetning til dette ønsket jeg, ut ifra et mer moderne STS-perspektiv, å gjøre en empirisk studie som løfter frem brukeren som aktiv i samspillet med teknologien.

De fleste forskere innenfor STS studerer både vitenskap og teknologi med en variant av et sosialkonstruktivistisk blikk (Skjølvold, 2015, s. 34). Dette innebærer en oppfatning om at vitenskapen og teknologien ikke kan ses på som uavhengig av sosiale prosesser i samfunnet. Sosialkonstruktivisme i STS knyttes ofte til den franske sosiologen og vitenskapsforskeren Bruno Latour. For å forske på hvordan vitenskap blir til, oppholdt han seg i et laboratorium i månedsvis og observerte hvilke *praksiser* som foregikk der. Han la blant annet merke til at disse praksisene i stor grad dreide seg om lesing, fortolkning og skriving, og at nettopp disse praksisene er en stor del av hvordan vitenskap blir til (Latour & Woolgar, 1979). Funnene hans bidrar til en alternativ måte å se vitenskap på, og han problematiserer ved hjelp av disse et perspektiv der vitenskap ses på som noe uavhengig og et resultat av en virkelighet som avdekkes. Fokuset blir i stedet rettet mot at vitenskap blir til gjennom konkrete praksiser som er nært knyttet til en sosial og kulturell kontekst.

Vi kan med et tilsvarende sosialkonstruktivistisk blikk også si at teknologier produseres av aktører som har visse interesser, og at disse interessene ikke er tilfeldige, men formet av samfunnet (Skjølvold, 2015, s. 20-21). Et alternativ til teknologideterminismen er teoritradisjonen *SCOT*, som står for Social Construction of Technology. Her er

sammenhengene mellom teknologi og sosiale prosesser i fokus (Pinch & Bijker, 1984). SCOT utfordrer dermed det teknologideterministiske perspektivet ved å påpeke at teknologien ikke er noe som produseres og ”praktes” på oss uavhengig av samfunnskonteksten, men at teknologi virker i, og utvikles innenfor, et samfunn.

Teknologiens rolle og mening er ikke gitt, men blir gjenstand for det Pinch og Bijker (1984) kaller *fortolkningsmessig fleksibilitet*. Denne prosessen mener de skjer gjennom to faser. Den første fasen innebærer at det er opp til brukerne å fortolke teknologien, og at vi derfor ikke kan forutse hvordan en teknologi kommer til å fungere i praksis, eller hvordan den eventuelt vil kunne påvirke samfunnet. Designere og teknologiutviklere har i denne sammenhengen ulike forventninger til hvordan teknologien de produserer, skal brukes, forventninger som påvirker designet. Den andre fasen handler om hvordan bruken av bestemte former for teknologi stabiliseres eller ”lukkes”, og om prosessen som fører til at teknologien tas i bruk av de forventede brukerne, og får spille det Skjølsvold kaller en ”fast” rolle (2015, s. 22). Dette innebærer at det er de forventede brukerne, eller det Pinch og Bijker (1984) kaller ”sosiale relevante grupper”, som bruker teknologien på den måten den er tenkt. Dette kan skje ved at brukerne på ulike måter overbevises om at produktet er verdt å bruke og kan løse et problem eller dekke et behov. I noen tilfeller kan det vise seg at det vil løse andre problemer enn først antatt, og da kan teknologien ”lukkes” ved at den dekker et helt annet behov enn den i utgangspunktet var ment for (Skjølsvold, 2015, s. 22). Slik sett handler fortolkningsmessig fleksibilitet om at det er fleksibilitet i, og forhandlinger om, både hvordan en teknologi skal utvikles, så vel som forstås og brukes.

Script og domestisering

Teknologiens opprinnelige design har sine muligheter og begrensninger, noe som gjør at brukerne nødvendigvis må forme de teknologiske artefaktene innenfor visse rammer. Når ny teknologi designes, designes den på bakgrunn av hypoteser eller oppfatninger av hva den skal brukes til. Designerne må ta stilling til hvem teknologien skal rette seg mot, og hva den er ment for. Dette kan sies å være et forsøk på å predefinere hvordan teknologien skal brukes, og at den designes deretter. Denne ideen eller hypotesen om hvordan teknologi skal brukes, kaller Akrich for *script* (1992, s. 207-208). Script er dermed et uttrykk for designernes og teknologiutviklernes forforståelse av den verdenen og de brukerne teknologien skal inngå i. Altså kan det sies å være en slags nedfellelse eller ”innbygging” av denne forståelsen i

teknologien. Et script garanterer ikke for at en teknologi tas i bruk, og heller ikke for at den brukes som intendert. Scriptet kan sies å være en slags bruksanvisning for hvordan noe bør brukes, men når teknologien kommer i bruk, vil altså ikke nødvendigvis den potensielle faktiske bruken samsvare med scriptet. Hvis teknologien blir tatt i bruk, vil det ligge noen føringer og begrensninger for bruk som følge av teknologiens script, men det er likevel mulig å bruke den på en måte som ikke samsvarer med scriptet. Noen script kan imidlertid sies å være mer åpne enn andre. Fleksibiliteten avhenger av teknologiens oppbygning og hvor rigid den er med tanke på muligheter og begrensninger. Dette refererer Laet og Mol til som ”fluidity”, noe jeg forstår som nettopp teknologiens fleksibilitet (2000, s. 226).

Hva som skjer med teknologien etter at den har kommet på markedet, er avhengig av *om*, og i så fall *hvordan*, den blir tatt i bruk. Til forskjell fra hvordan teknologiutviklere forestiller seg (tenkt) bruk, omhandler domestiseringsstudier hvordan en teknologi faktisk brukes. Begrepet *domestisering* ble først introdusert av Silverstone og Hirsch (1992), og handler om hvordan teknologier går fra å være noe fremmed og komplekst til noe kjent og hverdagslig (Ask, 2011, s. 143). Vi inkluderer bestemte teknologier i hverdagen vår og bruker dem på bestemte måter. Vi kan dermed si at vi tilpasser teknologien til å passe oss og vår hverdag. Dette gjelder også andre veien ved at teknologien vi tar i bruk antakelig sørger for at vi gjør noen endringer i hverdagen. På denne måten kan vi si at det er et gjensidig forhold mellom mennesker og teknologi. Det som skjer i dette forholdet, er hva vi kaller ”domestisering” (Lie & Sørensen, 1996, s. 8).

Å studere teknologi i hverdagen

I dag lever de aller fleste av oss med mange former for teknologi rundt oss i hverdagen. Vi forholder oss til teknologien slik den passer oss, samtidig som vi har tilpasset oss selv og hverdagen vår til teknologien. Gjennom domestisering knyttes teknologibruk til hverdagskontekster. Det gjøres tilpasninger når teknologi anvendes (Ask, 2011). Denne tilpasningen av teknologi og hverdag må stadig justeres ettersom ny teknologi blir tatt i bruk og eksisterende teknologi stadig utvikles, i tillegg til at hverdagen består av mange ulike situasjoner og endringer. Ikke alle teknologier blir ansett som noe utelukkende positivt. Sørensen (2006, s. 1) trekker frem kjernekraft som et eksempel på en teknologi som stadig diskuteres, og også mer hverdagslige teknologier som TV og mobil er gjenstander for diskusjon innimellom. Det er i sistnevnte kategori min studie passer inn. Jeg er opptatt av

diskusjonene i hverdagen og *forhandlingene* i prosessen der teknologien og hverdagen skal tilpasses hverandre.

Når vi domestiserer teknologi, gjøres det samtidig en fortolkning og *meningstilskrivning* (Berker & Levold, 2007, s. 35). Sørensen (2006, s. 1) hevder at diskusjonen rundt teknologiene i hverdagen vår ofte handler om en *moralsk forhandling*, der det forhandles på bakgrunn av hva som føles meningsfullt eller verdifullt. For eksempel kan tidsbruk når det gjelder bruk av smarttelefoner, være noe som stadig er oppe til moralsk forhandling, og disse forhandlingene kan foregå både i det stille og mer offentlig. Av og til kan domestiseringsprosessen være komplisert, spesielt i de tilfellene hvor teknologien krever mye tid. Da kan tilpasningen av teknologien gå på bekostning av andre viktige ting i hverdagen (Ask, 2011, s. 148).

Forhandlinger rundt bruk av teknologi kan også handle om forhandlinger omkring hvorvidt en ønsker å ta i bruk en bestemt teknologi eller ikke. Å velge å ikke bruke en teknologi, kan være et like aktivt valg, og i noen tilfeller et enda mer aktivt standpunkt enn å velge å være en bruker. Å velge å ikke bruke en bestemt teknologi, betyr ikke nødvendigvis at du ikke likevel vil måtte forholde deg til dette valget i hverdagen. Å være en *ikke-bruker* kan by på andre, og i noen tilfeller kanskje større, utfordringer knyttet til forhandlinger og tilpasning av hverdagen sammenlignet med dem som er brukere. Det å være en bruker kan i noen tilfeller være sterkt forventet av samfunnet vi lever i (Sørensen, 2006, s. 2). Siden jeg har valgt å intervju brukere av Snapchat og Instagram, er altså ingen ikke-brukere inkludert i min studie. Jeg synes imidlertid at forventningene om å være en bruker fungerer som et viktig bakteppe for studien jeg gjør av brukerne og deres hverdagsbruk av sosiale medier. Det kan være en sterk forventning om å være bruker av Instagram og Snapchat, og det kan tenkes at det ikke nødvendigvis oppleves som et reelt valg for alle å være en bruker.

Tre dimensjoner av domestisering

Ifølge Sørensen (2006, s. 7) kan domestisering deles opp i tre fokusområder, eller *dimensjoner*: Den praktiske dimensjonen, den meningskonstruerende dimensjonen og den kognitive dimensjonen. Den praktiske dimensjonen handler om konkrete praksiser knyttet til en teknologi. Det handler om hva som faktisk gjøres og på hvilken måte. Dette knyttes også tett opp mot vaner og rutiner, som for eksempel på hvilket tidspunkt i løpet av dagen telefonen

brukes, eller på hvilke måter dataen brukes. Den meningskonstruerende dimensjonen handler om hvordan en gjennom konkrete praksiser knyttet til en teknologi, konstruerer mening. Her er det hva som ligger til grunn for praksisene som er i fokus, altså hvorfor vi bruker teknologiene som vi gjør. Gjennom praksisene dannes mening, og her kan teknologien spille en rolle i produksjonen av identitet hos de involverte aktørene. Den kognitive dimensjonen handler om læring. Nye teknologier krever læring og kunnskap i hvordan de brukes, og her er det rom for tolkninger, og at vi lærer oss til å oppføre oss annerledes enn før.

Mitt forhold til begrepene

I min analyse vil jeg ta utgangspunkt i de analytiske verktøyene som beskrevet over, for å analysere mine funn. Fortolkningsmessig fleksibilitet vil være gjeldende for å forklare rommet for tolkning av bruk og meningsinnhold som finnes i sosiale medier. Det er ulike måter å tolke mediene på, og de kan på mange måter ses på som verktøy som potensielt har mange bruksområder. Jeg fokuserer på hvordan brukerne i min studie fortolker Snapchat og Instagram ved å studere deres praksiser og meningsdannelse. Det som handler om relevante sosiale grupper i tilknytning til fortolkningsmessig fleksibilitet, har vært inspirerende med tanke på å se teknologien som noe som ikke er fast, men som har noe med brukergrupper å gjøre.

Fordi scriptet sier noe om hvilke muligheter og begrensninger brukeren har å forholde seg til, ønsker jeg å si noe om scriptet til applikasjonene Snapchat og Instagram når jeg introduserer dem. Jeg gjør ikke en script-analyse, men jeg mener likevel dette er viktig for å bygge en forståelse for hvilke muligheter som ligger i appene når jeg senere skal gå inn på hvilke brukerpraksiser som gjør seg gjeldende.

Domestisering er det analyseverktøyet jeg først og fremst vil ta utgangspunkt i, på grunn av mitt fokus på nettopp *hverdagsbruk* av sosiale medier. Jeg vil gå nærmere inn på hvordan brukerne i min studie har domestisert sosiale medier, og hvordan denne tilpasningen gjelder både av teknologien og hverdagen. Her blir de forhandlingene informantene mine gjør i hverdagen, sentrale. Hovedfokuset mitt vil være på de tre dimensjonene av domestisering. Tyngden vil først og fremst ligge på den meningskonstruerende, eller den meningsdannende dimensjonen. Dette er fordi jeg er mest opptatt av *hvorfor* mine informanter bruker sosiale medier på den måten de gjør. Jeg forstår den meningsdannende dimensjonen som

informantenes egne meninger og fortolkninger, og hva slags verdier de gir praksisene. Den praktiske dimensjonen forstått som informantenes faktiske praksiser, vil dermed også være i fokus, da dette er vesentlig for å kunne analysere frem meningsdannelsen. Jeg vil ta for meg praksisene underveis og la dem stå som et ”stillas” gjennom analysen. Jeg vil i tillegg analysere noen av funnene mine med utgangspunkt i den kognitive dimensjonen, som jeg forstår som læring knyttet til endring av atferd. Domesticering er det begrepet jeg da i størst grad vil bruke gjennomgående i analysen, hvor script og fortolkningsmessig fleksibilitet vil spille en mindre rolle.

Konkretisering av forskningsspørsmål

Å høre at en person er bruker av sosiale medier, gir i seg selv lite informasjon. Vi forstår at vedkommende har opprettet en konto på ett eller flere sosiale medier, men vi vet ikke så mye mer enn det. Å være en bruker av sosiale medier kan, med andre ord, bety så mangt. Hver bruker av sosiale medier har tilpasset applikasjonene de bruker, og har på ulike måter integrert dem i sin hverdag. Noen bruker mye tid på sosiale medier, andre lite. Noen mener at de mister fokus på grunn av hvordan de bruker sosiale medier, mens andre mener at de klarer å balansere bruken, sånn at sosiale medier ikke tar fokus bort fra andre ting. Dette er bare et par eksempler på hvordan bruken kan variere, og hvordan vi selv er med på å forme teknologien.

Den overordnede problemstillingen min er som sagt: Hvilken rolle spiller sosiale medier i hverdagen til unge voksne? I lys av domesticering retter jeg fokus mot hverdagen og hverdagspraksiser. For å si noe om dette med et teoretisk apparat fra STS har jeg også utformet følgende forskningsspørsmål:

- På hvilke måter bruker informantene mine sosiale medier?
- Hva fremhever informantene som viktige grunner til å være på sosiale medier?
- Hvordan bidrar sosiale medier til at vi bli mer eller mindre sosiale?

3 Metode

I dette kapittelet vil jeg beskrive hvordan jeg har gått frem i forskningsprosessen. Jeg vil ta for meg valgene jeg har tatt, og begrunne hvorfor jeg har valgt som jeg har gjort. Fordi jeg er opptatt av brukernes erfaringer når det kommer til hverdagsbruk av sosiale medier, var det tydelig for meg fra start at jeg ville snakke med nettopp brukere for å undersøke dette. Jeg starter med å presentere valg av metode og rekruttering av informanter, og deretter går jeg nærmere inn på hvordan jeg gjennomførte intervjuer. Til slutt diskuterer jeg styrker og svakheter ved prosjektet og avslutter med etiske overveielser knyttet til studien.

Valg av metode

Jeg ønsket gjennom forskningen min å få et innblikk i hvordan et utvalg unge voksne tenker rundt sin bruk av sosiale medier, og hvilken rolle sosiale medier spiller i deres hverdag. På denne måten ønsket jeg videre å kunne si noe om hvordan disse brukerne tilpasser seg de sosiale mediene, og hvordan de sosiale mediene igjen tilpasses hverdagen deres. Jeg er altså interessert i informantenes erfaringer og refleksjoner rundt temaet. Med dette som utgangspunkt ble det naturlig for meg å velge en kvalitativ tilnærming. Ifølge Tjora innebærer kvalitativ forskning ofte et fokus på informantenes opplevelse og meningsdanning (2010, s. 16), og det var nettopp informantenes opplevelser og erfaringer, i tillegg til deres praksiser og meningsdanning, jeg var interessert i å få vite mer om.

For å kunne besvare problemstillingen min og forskningsspørsmålene mine på best mulig måte, valgte jeg å bruke intervju som metode. Dette er den mest brukte metoden innenfor kvalitativ forskning, hvor de vanligste formene for intervju er såkalte semistrukturerte intervjuer eller dybdeintervjuer (Tjora, 2010, s. 90). Denne typen intervjuer brukes gjerne når man vil studere informantenes meninger, holdninger og erfaringer (Kvale & Brinkmann, 2015). I intervjuene er det informantenes perspektiv som er i fokus, altså deres subjektive opplevelse av noe. Det er dermed ikke et mål å forsøke å fremstille noe objektivt om informantenes beskrivelser, men derimot å forstå deres subjektive opplevelser og virkelighet.

Valg av informanter

De fleste av oss er i dag brukere av sosiale medier, og vi har på ulike måter integrert dem i

hverdagen vår. Målet mitt for intervjuene var å få et innblikk i hvordan et helt spesifikt utvalg unge voksne tar sosiale medier i bruk. Tall fra Statistisk sentralbyrå fra 2018 viser at 80 prosent av nordmenn mellom 16 og 79 år er brukere av sosiale medier. Det er blant middelaldrende mennesker at antall brukere øker mest, men det er unge mennesker som er de ivrigste brukerne (Statistisk sentralbyrå, 2018). Som nevnt i introduksjonen min, har både Instagram og Snapchat flest brukere mellom 18 og 29 år (Ipsos, 2018). Jeg hadde derfor et ønske om å intervju noen i nettopp denne kategorien og aldersgruppen for å finne ut mer om hvordan sosiale medier fungerer i hverdagen deres.

Kriterier for rekruttering

Da jeg hadde bestemt meg for at jeg ville intervju unge voksne, måtte jeg deretter bestemme meg for videre rekrutteringskriterier. Ifølge Tjora er hovedregelen for rekruttering av informanter til kvalitative studier at man velger informanter som kan uttale seg på en reflektert måte om det gjeldende temaet (2010, s. 128). Jeg bestemte meg for at jeg ville intervju unge mennesker fra 18 år og opptil 30 år, fordi unge voksne er en vid betegnelse. Jeg ønsket i hovedsak å intervju elever eller studenter, fordi jeg tenkte at dette er en informantgruppe som vil kunne uttale seg om dette temaet på en variert og reflektert måte, og som samtidig har noe felles. I tillegg visste jeg at det var forsket noe på denne gruppen knyttet til sosiale medier tidligere, men ikke med samme utgangspunkt som mitt. I utgangspunktet ønsket jeg å sikte meg inn på to aldersgrupper med fire informanter i hver gruppe for å se om jeg kunne finne fellesnevner basert på informantenes alder. Jeg fant det interessant å skulle studere to aldersgrupper av unge voksne med fellestrekk basert på alder og livssituasjon med skole/studier, og at jeg samtidig da ville få litt variasjon i aldersspenn samlet sett. Tanken bak dette var at det ville gi meg rikere materiale med en større bredde av erfaringer og bruksmønstre.

Sosiale medier er en vid betegnelse og omfatter mange ulike applikasjoner for kommunikasjon. Jeg ville, i tråd med STS-tradisjonen, studere bruksmønstre i det spesifikke. Instagram og Snapchat er to av Norges mest populære sosiale medier. Det er som nevnt kun Facebook som har flere brukere (Ipsos, 2018), men fordi unge mennesker i større og større grad går bort fra å bruke Facebook (Lygre, 2018), valgte jeg å sette som kriterium for deltakelse i studien at deltakerne måtte være aktive brukere av Snapchat og Instagram. Alder, livssituasjon og type medium ble dermed lagt til grunn som kriterier for rekruttering av

informanter.

Rekruttering

Rekrutteringskriteriene åpner opp for at det i utgangspunktet finnes mange aktuelle informanter. Jeg ønsket ikke å intervju noen i min nære omgangskrets, da dette ville ha kunnet påvirke intervjusituasjonen. Det kunne også betydd at jeg allerede hadde visst noe om deres hverdagsbruk av sosiale medier. Fordi temaet er generelt og sosiale medier er en selvfølgelig del av hverdagen til mange av oss, tenkte jeg imidlertid at det ville være hensiktsmessig å komme i kontakt med aktuelle informanter via bekjente.

Jeg kontaktet to masterstudenter jeg kjenner fra andre studier enn mitt eget. I tillegg kontaktet jeg en elev i tredje klasse på videregående skole, som jeg også kjenner fra før. Jeg ga dem informasjon om prosjektet mitt og spurte videre om de kunne undersøke om noen av deres medelever/medstudenter kunne være interessert i å delta på intervju. Jeg mottok deretter kontaktinformasjon i form av telefonnummer og mail til dem som hadde meldt seg som interesserte, og tok så kontakt med de aktuelle informantene på SMS eller mail for å gi dem videre informasjon om prosjektet. De første informantene kom raskt på plass, men deretter gikk det litt mer langsomt. Da forhørte jeg meg med litt flere på samme måte, og endte da til slutt opp med åtte informanter jeg hadde kommet i kontakt med via bekjente. Denne måten å rekruttere informanter på kan sies å være en enkel variant av snøballeffekten, ved at jeg har kommet i kontakt med informantene via andre (Andrews & Vassenden, 2007).

Jeg har altså til sammen gjennomført intervjuer med åtte unge voksne nordmenn om deres bruk av sosiale medier, med et hovedfokus på bruk av Instagram og Snapchat. Mine informanter var delt i to grupper etter alder. Fire av dem er mellom 18 og 20 år, og de resterende fire er mellom 25 og 29 år. Alle informantene utenom én var nåværende elever/studenter, mens den siste informanten nylig hadde fullført sine studier. Alle informantene er anonymisert, og jeg har valgt å gi dem fiktive navn for at det skal være lettere for leseren å følge analysen. Informantene i den yngste aldersgruppen har jeg valgt å kalle Anne, Amalie, Astrid og Anette, mens jeg har valgt å kalle informantene i den eldste aldersgruppen for Hege, Hanne, Harald og Håkon.

Intervjuguiden og gjennomføring av intervju

Jeg begynte å jobbe med intervjuguiden før jeg hadde utvalget på plass, både for å ha noe å styre intervjusamtalene etter og for å tenke aktivt gjennom hva jeg faktisk ønsket å vite. Jeg brukte interessefeltet mitt, tidligere forskning og STS-teori som grunnlag for dette arbeidet. Jeg startet med å lage hovedtemaer, for deretter å lage forslag til spørsmål under hvert tema. For at informantene skulle ha mulighet til å gå i dybden på de temaene de hadde mest å fortelle om, ønsket jeg at intervjuene skulle være semistrukturerte. Fordi målet var å løfte frem informantenes refleksjoner og erfaringer, var det altså viktig for meg å gjennomføre intervjuer som ikke trengte å følge intervjuguiden slavisk. Jeg ville at informantene skulle ha frihet til å fortelle om og fokusere på ulike erfaringer i intervjuene, men ønsket samtidig å ha en intervjuguide å navigere etter. Det var imidlertid et viktig poeng for meg nettopp å være åpen for å stille nye spørsmål og oppfølgingsspørsmål underveis i intervjuene. Dette er noe av det som kjennetegner et *semistrukturert* intervju.

Før jeg startet gjennomføringen av intervjuene til prosjektet, gjennomførte jeg et *pilotintervju* med en medstudent i den aktuelle aldersgruppen. Dette hjalp meg å få prøve ut både intervjuguiden og selve intervjusituasjonen. Et pilotintervju gir muligheter for ”prøveinformanten” til å gi meg tilbakemeldinger på både valg av temaer og formulering av spørsmål, samt hvordan jeg som intervjuer oppfører meg i intervjusituasjonen (Dalen, 2011). Jeg fikk tilbakemelding om at jeg med fordel kunne stille det samme spørsmålet på litt ulike måter underveis i intervjuet for å få frem ulike vinklinger. Å prøve ut situasjonen i tillegg til å få tilbakemeldinger, gjorde meg tryggere i rollen som intervjuer. Dataene fra pilotintervjuet er ikke tatt med i prosjektet.

For meg som intervjuer var det viktig å forsøke å gjøre intervjusituasjonen så komfortabel som mulig for informantene som deltok. Ifølge Tjora er dette avgjørende for å skape rom for refleksjon, og for at informanten skal kjenne at det er greit å dele erfaringer (2010, s. 94). Min måte å gjøre dette på var blant annet å legge til rette for en uformell setting gjennom aktivt å bruke meg selv og mine felles referanserammer med informantene for å få til en avslappet og lett stemning. Når en informant møter opp på et intervju, ligger det ofte en del forventninger til hvilken rolle de selv tenker at de skal innta, i tillegg til rollen de forventer at intervjueren skal ha. Jeg ønsket å gjøre disse rollene mindre utpregede og trygge for informantene.

Intervjuguiden gjorde at jeg fikk stilt mange av de samme spørsmålene til alle informantene, men det at intervjuene var semistrukturerte, gjorde samtidig at informantene fikk muligheter til å fortelle mer om temaer de hadde mange tanker om, som jeg har vært inne på. Det førte dermed til at det nødvendigvis ble noen temaer og spørsmålsstillinger som fant sted i ett intervju, men ikke det neste. Flere av informantene ble raskt engasjerte og delte av spennende erfaringer som gjorde at alle intervjuene forløp ulikt. Jeg stilte oppfølgingsspørsmål og vendte meg med jevne mellomrom til intervjuguiden for å få samtalen videre, og for å unngå at intervjusamtalen skulle ”spore av”. Informantene mine hadde interessante refleksjoner, og jeg opplevde ingen irrelevante avsporinger. Likevel var det fint å bruke intervjuguiden for å sikre en variasjon i tematikken. Denne måten å intervju på har ført til at jeg har gjort en del funn som handler om det samme på tvers av intervjuene, men at også et utvalg temaer bare har blitt tatt opp i enkelte intervjuer.

Fem av intervjuene foregikk i Oslo, mens tre av dem foregikk i Kristiansand. Intervjuene fant sted på nøytral grunn i grupperom i offentlige bygg, tre av dem på folkebiblioteket i Kristiansand og fem av dem på Universitet i Oslo sine lokaler. Gjennomsnittslengden på intervjuene var cirka 45 minutter. Da jeg møtte informantene, gikk vi sammen gjennom samtykkeskjemaet for deltakelse på intervju, før informanten signerte på at han eller hun ønsket å delta. Under intervjuene tok jeg opp lyd ved hjelp av en lydopptaker etter godkjenning fra informantene. Mot slutten av intervjuene spurte jeg informantene om det var noe de ønsket å legge til selv.

Jeg er bevisst på at min rolle og den interaksjonen jeg hadde med informantene, passer med det Holstein og Gubrium (1995) kaller ”active interviewing”, som jeg nå vil forklare nærmere.

Min rolle som aktiv intervjuer

Selv om jeg i intervjusituasjonen er ute etter å forstå mer av informantenes opplevelser, erfaringer og refleksjoner, er det ikke slik at jeg kan hente ut disse uten selv å spille en aktiv rolle. Holstein og Gubrium understreker at intervjuet er en *aktiv prosess* der intervjueren spiller en *aktiv rolle i produksjonen* av informasjonen som kommer frem av intervjuet (1995, s. 16). Datamaterialet kan dermed sies å være noe som skapes i *samspill* mellom intervjuer og informant.

Ved at intervjuet mitt var semistrukturert, og at jeg la til rette for at informantene skulle få rom til å fokusere på det de hadde mest å fortelle om, gikk alle intervjuene altså i litt ulike retninger. Temaene og spørsmålene i intervjuguiden gjorde likevel at det i all hovedsak er en rød tråd gjennom datamaterialet, men det var naturlig nok ulike opplevelser som var i fokus i de ulike intervjuene. Min aktive rolle finner sted blant annet gjennom mine spørsmålsstillinger og formuleringer i tillegg til at jeg stiller oppfølgingsspørsmål der jeg mener det passer. Samtidig spiller jeg også en aktiv rolle gjennom min respons og de felles referanserammene jeg har med informantene.

I analysedelen viser jeg frem flere sitater fra informantene, og inkluderer da også i mange tilfeller utdrag av min egen spørsmålsstilling. Dette gjør jeg for å gi leseren en enda bedre forståelse av funnene, og for å gi et innblikk i hvordan jeg som medprodusent har vært med på å påvirke intervjusituasjonen. Jeg har også fungert som en medprodusent ved at jeg, med min egen forståelse, har fortolket det informantene forteller mens jeg har jobbet med analysen. Jeg har i denne prosessen lagt vekt på å bruke analyseverktøy i tillegg til sentrale debatter og tidligere forskning knyttet til sosiale medier.

Transkribering

Jeg har transkribert alle intervjuene fra lyd til skriftlig tekst. Gjennom transkriberingen ble jeg bedre kjent med datamaterialet, samtidig som analysearbeidet startet allerede da, ved at jeg satte de ulike funnene i sammenheng og vurderte på hvilke måter de kunne brukes.

Transkripsjoner kan sies å være dekontekstualiserte og svekkede gjengivelser av uttalelsene i intervjusituasjonen (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 205). I transkripsjonen går for eksempel kroppsspråk og toneleie tapt. Jeg transkriberte derfor fortløpende mellom intervjuene for å kunne gjengi intervjusituasjonen på best mulig måte. Jeg har prøvd å gjengi uttalelsene i intervjuet så godt som mulig for å være lojal mot informantenes muntlige uttalelser (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 97). For å få meningen frem på best mulig måte har jeg tidvis utelatt enkelte lyder og pauser, i tillegg til å rette opp i språklige feil som forhindrer budskapet i å komme frem.

Analyse

I tråd med STS-tradisjonen, som ofte kalles empirisk filosofi, regnes også analysearbeidet som en del av det metodiske. Det at jeg selv har gjennomført intervjuene og transkripsjonsarbeidet, gjorde at jeg tidlig i prosessen fikk et nært forhold til eget datamateriale. Det gjorde også at jeg allerede gjennom dette arbeidet begynte å gjøre meg opp noen tanker omkring analysearbeidet. Da jeg skulle analysere datamaterialet mitt, begynte jeg med å lese gjennom transkripsjonene og sortere funnene ut ifra temaene i intervjuguiden. Å jobbe på denne måten gjorde at jeg fikk en god oversikt over datamaterialet, men jeg måtte bruke en annen strategi enn å gå ut ifra temaene fra intervjuguiden for å få en dypere analyse og en mer hensiktsmessig strukturering og oversikt av funnene.

I det videre analysearbeidet har jeg latt meg inspirere av Braun og Clarkes tematiske analyse gjennom seks trinn (2006). Jeg har fulgt disse trinnene, men gjort tilpasninger, og på den måten utformet min egen versjon av en tematisk analyse. Trinnene går ut på å gjøre seg kjent med datamaterialet, utforme koder, søke etter temaer, gjennomgå og definere temaer og til slutt å produsere analysen som tekst. Det vektlegges at å arbeide på denne måten ikke kan ses på som en lineær prosess der man gjør seg helt ferdig med ett trinn av gangen, men snarere en prosess hvor man er avhengig av å bevege seg frem og tilbake mellom trinnene (Braun & Clarke, 2006).

Etter at jeg hadde blitt godt kjent med datamaterialet og strukturert dette ut ifra temaer i intervjuguiden, valgte jeg å begynne å *kode* datamaterialet. Å kode vil si å gruppere funn som har *innholdsmessige likhetstrekk* med hverandre (Braun & Clarke, 2006). Jeg utformet koder basert på likhetstrekk i hvilken type erfaringer informantene fortalte om i intervjuene. I praksis gikk jeg da gjennom transkripsjonene nøye og la inn koder som merknader på sitater. Noen av kodene gikk igjen oftere enn andre. Jeg tok samtidig hensyn til problemstillingen min i dette arbeidet, og var opptatt av at kodene måtte kunne knyttes opp til denne. Da jeg hadde kodet alle intervjuene, samlet jeg disse sammen. Noen koder valgte jeg deretter å slå sammen, noen beholdt jeg, og noen la jeg til side. Dette gjorde jeg for å få en bedre oversikt og en tydeligere sammenheng. Videre brukte jeg kodene jeg hadde kommet frem til, til å lage kategorier og underkategorier. Jeg stod igjen med kategorier som på en oversiktlig måte gjenspeiler essensen i funnene mine. Kategoriene er som følger: *Tilgjengelighet som tilstedeværelse – et tveegget sverd?*, *Tilgjengelighet = sosial ressurs?*, *Sosiale koder* og *Mer*

eller mindre sosial?. De to første kategoriene handler begge om tilgjengelighet på to ulike måter, og jeg valgte derfor å dele dem inn på denne måten.

Da jeg begynte å skrive ut analysen, gjorde jeg flere ganger endringer underveis. At analysearbeidet ikke kan ses på som en lineær prosess, samsvarer dermed godt med min opplevelse. Jeg endret flere ganger navnene på kategoriene og rekkefølgen jeg hadde satt dem opp i, og jeg oppdaget også tidvis at det passet å bruke sitater med koder jeg i utgangspunktet ikke hadde tenkt å bruke. Jeg har prøvd meg frem og gjort mange revurderinger underveis, både når det kommer til kodingen, utformingen av kategorier og ikke minst hvordan den empiriske historien min skal fortelles. Både struktur og hva som skal tas med og hva som skal utelates, har vært en prosess som i stor grad har vært preget av prøving og endring.

Da jeg skrev analysen, var jeg opptatt av å formidle den empiriske fortellingen på en måte som skulle oppleves som både engasjerende og forståelig for leseren. Jeg har valgt å inkludere mange utdrag fra datamaterialet for å gi leseren et innblikk i funnene, og fordi nettopp funnene spiller en spesielt viktig rolle i min empiriske studie. Jeg har derfor også valgt å strukturere analysen etter kategoriene ut ifra funnene. Funnene har jeg analysert ved hjelp av analyseverktøy presentert i teorikapittelet, og jeg har også sett noen av funnene mine opp mot annen sentral debatt og forskning på feltet. I analysedelen har jeg valgt å vise frem flere sitater, og i noen av disse har jeg uthevet nøkkelord som jeg har lagt ekstra vekt på i analysearbeidet.

Jeg vurderte i utgangspunktet også å fokusere på kjønn som en faktor knyttet til hvordan mine informanter forteller at de bruker sosiale medier i hverdagen, men anså ikke dette som en fruktbar faktor i denne studien.

Evaluering av prosessen og materialet

Å gjennomføre dette prosjektet har vært spennende og lærerikt, og prosessen har bestått av enda flere valg og overveielser underveis enn jeg forestilte meg på forhånd. Jeg har lært at det finnes utallige ulike måter å gjennomføre en prosess som dette på, og at jeg som forsker og de valgene jeg tar underveis, i stor grad bidrar til å forme hva som blir resultatet.

Som jeg var inne på, var rekrutteringsprosessen til tider tidkrevende. Jeg vurderte ulike måter å rekruttere informanter på i forkant, som blant annet å henge opp forespørsler i form av plakater på universitetet og videregående skoler. Jeg så for meg at det ville bli vanskelig å få på plass alle informantene på denne måten, og bestemte meg derfor for en mer aktiv rekrutteringsprosess hvor jeg kom i kontakt med informanter via bekjente. Selv om det tok noe tid, oppnådde jeg å få intervjuer åtte engasjerte og reflekterte unge voksne, og det innen den tidsrammen jeg hadde satt meg.

Underveis i analysearbeidet har jeg flere ganger kommet til å tenke på spørsmål jeg gjerne skulle ha stilt i intervjuene. Denne situasjonen er vanskelig å unngå, da jeg ikke kunne vite på forhånd hvordan informantene ville svare, og hvilket datamateriale jeg ble sittende igjen med. Jeg ser likevel at jeg med fordel kunne ha inkludert enda flere spørsmål som handler direkte om *hvorfor* informantene bruker sosiale medier på de måtene de gjør. I tillegg til hvorforspørsmålene som allerede står i intervjuguiden, ble denne typen spørsmål i mange tilfeller naturlige oppfølgingsspørsmål og ble også naturlig inkludert i samtalen. Jeg har derfor fått mye informasjon om hvorfor informantene bruker mediene som de gjør. Intervjuguiden fungerte på en god måte som en retning i intervjuene, og bidro til at jeg fikk et rikt datamateriale å jobbe videre med.

Det heter seg at man ikke nødvendigvis skal stille problemstillings-spørsmålet i intervjuene, men i mitt tilfelle er det snakk om en empirisk, åpen problemstilling som ikke ble fastsatt før i etterkant av intervjuene. I forkant av intervjuene hadde jeg en forestilling om hva jeg ønsket å finne ut mer om, og at det var brukerperspektivet jeg var interessert i, men fordi jeg har gjort en empirisk studie var det nettopp empirien som først og fremst ville fungere som utgangspunktet for veien videre. Jeg endte til slutt opp med at problemstillingen ”Hvilken rolle spiller sosiale medier i unge voksnes hverdag?” fungerte godt som en overordnet problemstilling for min studie.

Alle valgene jeg har tatt, har til sammen gjort dette til en interessant og spennende prosess som har ført frem til et spennende datamateriale å ta utgangspunkt i. Informantenes erfaringer er mer eller mindre samstemte når det kommer til noen punkter, mens de på andre punkter viser seg å ha helt ulike erfaringer. Mange av likhetene og ulikhetene finnes innad i og på tvers av aldersgruppene, mens det på noen punkter også viser seg å være likheter og ulikheter mellom disse gruppene. Det har vært spennende å få ta del i informantenes opplevelser av

bruk av sosiale medier i deres hverdag, og i neste kapittel går jeg nærmere inn på deres meddelelser.

Etiske overveielser

Det er flere etiske hensyn å ta ved bruk av intervju som forskningsmetode. Dette gjelder ikke bare for selve intervjusituasjonen, men gjennom hele prosessen (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 95). Før gjennomføring av intervjuer, er det viktig med god planlegging. Jeg har i mine intervjuer gjort lydopptak, og prosjektet måtte derfor meldes inn til og godkjennes av Norsk senter for forskningsdata (NSD). Etter å ha kommet i kontakt med aktuelle informanter fikk jeg deres samtykke til å delta gjennom et samtykkeskjema. Jeg lagde samtykkeskjemaet med informasjon om prosjektet, samt informasjon om informantens rettigheter i henhold til NSDs mal for samtykkeskjema. Alle informantene ble gjort kjent med informasjonen i forkant av intervjuene, før de deretter ga sitt samtykke gjennom sin signatur før intervjuet startet.

Det er alltid et asymmetrisk maktforhold mellom den som intervjuer og den som blir intervjuet. Intervjueren bestemmer blant annet hvilke temaer som skal tas opp, hvilke spørsmål som stilles, og hvilke deler av intervjuet som senere skal få fokus (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 53). Det er viktig å være seg dette bevisst, og strebe etter å gjøre intervjusituasjonen så trygg som mulig for informanten, samt å la informanten snakke for seg om de ulike temaene uten å forsøke å ”styre” hva som blir sagt. Jeg har også hatt i bakhodet at et intervju ikke bare går ut på å innhente informasjon fra informantene. Den som intervjuer, er med på å forme datamaterialet både gjennom sin aktive rolle i intervjuet og gjennom analysearbeidet i etterkant (Holstein & Gubrium, 1995). Denne rollen er det også viktig å være seg bevisst i et forskningsarbeid.

4 Snapchat og Instagram

For at vi skal forstå hva informantene mine forholder seg til, vil jeg beskrive hva Snapchat og Instagram er. I dette kapittelet presenterer jeg derfor Snapchat og Instagram mer inngående, og jeg gjennomgår en kortversjon av det vi kan kalle scriptet til disse to sosiale mediene.

Snapchat

Snapchat er en populær applikasjon og et sosialt medium som ble lansert i 2011. For å bruke Snapchat laster man ned applikasjonen på mobilen og oppretter en brukerkonto, før man kan legge til venner og ta i bruk appen. I hovedsak lar Snapchat deg ta bilder eller korte videosnutter med mulighet for å legge til tekst og effekter, for at du deretter kan sende dette til dem du ønsker av dem du har lagt til som venner. Dette kalles å sende en *snap* eller å *snappe*. Når du har mottatt en snap, vil den forsvinne etter at du har åpnet den og sett innholdet. Tidligere varte en snap i maksimalt 10 sekunder, men nå kan senderen velge å la den vare helt til mottakeren trykker den bort. Det er nå også mulig å spille av en snap på nytt én gang. Snapper er derfor ikke like flyktige nå som de har vært tidligere, men de er likevel kortvarige og lagres ikke når du som mottaker har sett dem ferdig (Medianord AS, 2018). Et eksempel på en snap kan være et bilde av deg eller andre med en beskrivende tekst til.

I tillegg til å sende snapper har man også mulighet til å legge ut en snap på *MyStory*. Da blir innholdet i utgangspunktet tilgjengeliggjort for alle dine snap-venner i 24 timer, med mindre du har endret på innstillingene for hvem som kan se innholdet ditt. Dette er et alternativ til å sende snapper direkte til mottakere (Medianord AS, 2018).

Bedriften som står bak Snapchat, Snap Inc., kaller seg en kamerabedrift. De skriver blant annet følgende om Snapchat på sine hjemmesider:

Vi tror at å gjenoppfinne kameraet representerer vår største mulighet for å forbedre måten mennesker lever og kommuniserer på. Vi bidrar til menneskehetens utvikling ved å gjøre det mulig for folk å uttrykke seg selv, leve i øyeblikket, lære om verden og ha det gøy sammen (Snap Inc., 2019).

På Snapchat.com kan man lese at Snapchat er en ny form for kamera som forbinder folk sammen med venner og verden. Her legges det vekt på å dele øyeblikk med venner, og ifølge

Snap Inc. har du ved å bruke Snapchat ”your best friends, at your fingertips” (Snap Inc., 2018). Det er tydelig at det å holde kontakten med nære, og holde den tett, er noe utviklerne av Snapchat går inn for å forenkle og muliggjøre med sin app.

Snapchat har etter hvert fått mange ulike funksjoner og er i stadig utvikling. Under ”Nyheter” på snap.com presenteres ulike nye funksjoner på Snapchat løpende. Her står det for eksempel litt om blant annet filtre du kan legge over bilder, Snapmap, som er et kart med oversikt over hvor vennene dine er, og diverse spill du kan spille sammen med venner via Snapchat (Snap Inc., 2018). Det er ofte noe nytt å oppdatere seg på hvis man er bruker av Snapchat, og disse nyhetene kan bidra til å endre bruksmønstre. Et eksempel på dette er *Snapstreaks* som kom i 2015. Snapstreak er en funksjon som teller hvor mange dager på rad to brukere har snappet frem og tilbake til hverandre. Hvis det går mer enn 24 timer uten at de to brukerne har både sendt og mottatt snap fra den andre, mister de streaken de hadde, og må begynne på null igjen (Snap Inc., u.å.). Dette har ført til at noen brukere ble oppslukt av Snapchat, noe Snapchat fått kritikk for gjennom en NRK-reportasje som handler om nettopp streaks og avhengighet (Støstad, 2017).

Instagram

Instagram er, i likhet med Snapchat, et populært sosialt medium. Instagram ble lansert i 2010, og siden den gang har mange lastet ned Instagram-appen på mobilen. Instagram er laget hovedsakelig for å dele bilder og videoer, men skiller seg fra Snapchat ved at det her er en egen *feed* (Moreau, 2019). Dette ligner på hvordan det er for eksempel på Facebook, ved at du kan besøke noens profil og bla deg gjennom hva de har publisert på ulike tidspunkt. Det samme kan du gjøre på noens Instagram-konto. Dette står i motsetning til Snapchat, der innholdet er mer flyktig. På Instagram blir bilder og videoer liggende helt til eieren av Instagram-kontoen velger å fjerne det. I tillegg til at alle har en egen feed der alt eget innhold ligger samlet, har også alle brukere tilgang til en slags *hoved-feed* hvor innhold fra alle brukere en selv følger, kommer opp.

Som Instagram-bruker kan man velge å ha *åpen* profil, som betyr at innleggene er tilgjengelige for alle som søker en opp, eller å ha *lukket* profil. Hvis du velger det siste, er det bare de brukerne som du har gitt lov til å *følge* deg, som får tilgang på ditt innhold. Følgerne er altså de som ønsker å ha tilgang til dine innlegg, og de vil automatisk få opp det du

publiserer. Hvor mange du følger, og hvor mange som følger deg, vil være synlig for andre brukere på profilen din.

Moreu (2019) skriver at Instagram kan sies å være en forenklet utgave av Facebook, med et fokus på bruk via mobilen og deling av visuelt innhold. Man har blant annet muligheten til å kommentere, like og dele innhold med andre, samt sende private meldinger. Det er det visuelle innholdet som er i fokus, og Instagram tilbyr mange ulike filtre når man laster opp et bilde. Filtrene kan blant annet brukes for å skape ulik stemning og for å få bildene ”best mulig”. Man kan også legge til det stedet bildet eller videoen er fra og *tagge*, eller legge til, eventuelle andre brukere i bildet. Posisjonen vil vises med liten skrift over bildet, i motsetning til på Snapchat, der man har mulighet til å vise posisjonen sin i bildet med en *geotag*, som er en tekst som er ulik ut ifra hvilket sted du er på. I tillegg kan du på Instagram skrive en *caption*, eller en liten tekst som blir liggende under bildet eller videoen du legger ut. Her kan du legge inn *hashtags*, som er et nøkkelord bak #, hvis du ønsker å gjøre det enklere for andre brukere å søke opp innlegget ditt.

Instagram har i senere tid også fått en *Instagram Stories*-funksjon, som er omtrent helt lik Snapchats MyStory-funksjon. Den fungerer på samme måte ved at innholdet som publiseres her, ligger tilgjengelig i 24 timer, for så å forsvinne. Dette innholdet blir tilgjengelig for andre brukere på en horisontal linje øverst i hoved-feeden.

Snapchat vs. Instagram

Snapchat og Instagram har flere likheter, men har ganske ulik grunnleggende struktur. Innholdet på Snapchat er flyktig, mens innholdet på Instagram er varig. Instagram har også funksjoner som kommentarer, likes, tagging osv., som vil være synlig for alle hvis du har åpen profil, eller for følgerne dine hvis profilen er lukket. Snapchats flyktige innhold er det ingen måte å respondere på, bortsett fra å sende en snap tilbake med et svar. Dette kan derfor oppleves som et mindre åpent medium, eller mer personlig. Samtidig har man også på Snapchat en profil. På denne profilen finnes det ingen feed med oversikt over publisert innhold, men det ligger en poengscore synlig på alle brukere. Denne sier noe om hvor aktiv brukeren er på Snapchat.

Som vi senere vil se i min analyse, er det med utgangspunkt i disse to appene jeg ønsker å se nærmere på hvilken rolle sosiale medier spiller i åtte unge voksnes hverdag. Nå har jeg gitt en kortversjon av det vi kan kalle Snapchat og Instagrams script. Vi har sett at appene er bygd opp på ulike måter som både åpner opp for muligheter og legger noen føringer når det gjelder hvordan de kan brukes.

5 Presentasjon av funn og analyse

Gjennom analysekapitlene vil jeg presentere funn fra intervjuene. I tråd med oppfordring fra domestiseringsforskere som Lie og Sørensen (1996) har jeg vært opptatt av å få tak i brukernes egne erfaringer med teknologi, i denne sammenhengen Snapchat og Instagram. Som sagt er dette fremfor alt en empirisk studie, hvor jeg vil la nettopp datamaterialet få spille en viktig rolle. Jeg vil presentere flere direkte sitater fra intervjuene, og kommentere og analysere disse underveis. Jeg vil også studere enkelte av funnene mine i lys av debatter og annen forskning på feltet. Som vist i teorikapittelet, er mitt analytiske hovedfokus på domestisering og spesielt de tre dimensjonene: den praktiske, den meningsdannende og den kognitive, og hvordan disse fungerer i et samspill (Sørensen, 2006). Jeg er opptatt av informantenes praksiser, men mest av alt hva praksisene kan være uttrykk for, den meningen de knytter til dette eller *hva* de bruker Snapchat og Instagram til. Jeg vil derfor legge vekt på at brukerne gjennom ulike praksiser nettopp *gjør* mening. Jeg vil også rette et ekstra fokus på informantenes stadige og tilbakevendende forhandlinger og dilemmaer knyttet til domestiseringen. Jeg systematiserer funnene i fire hovedkategorier og er gjennom analysen opptatt av å besvare den overordnede problemstillingen min: Hvilken rolle spiller sosiale medier i unge voksnes hverdag?

Som en forlengelse av min beskrivelse av Snapchat og Instagram i forrige kapittel, vil jeg starte analysen med å vise litt av hva informantene mine forklarer at de ulike sosiale mediene brukes til og forskjellene mellom de to. Dette mener jeg er relevant for å forstå hvordan brukerne i akkurat denne studien har tolket og tilpasset scriptet til Snapchat og Instagram. I denne første delen vil jeg også inkludere tidsbruken informantene forteller om når det gjelder deres bruk av sosiale medier.

Den videre analysen har jeg valgt å dele inn i fire delkapitler. Disse representerer mine hovedkategorier av funn. De to første delkapitlene handler om *tilgjengelighet* fra to ulike perspektiver. Det første av disse handler om *tilgjengelighet som tilstedeværelse* på sosiale medier. Her vil jeg fokusere på informantenes opplevelse av og behovet for alltid å være ”på”. Delkapittel nummer to handler om å være tilgjengelig og ”på” for å øke sosial kompetanse og trygghet. Dette kan gå utover tilstedeværelsen knyttet til det som skjer rundt oss. Det tredje delkapittelet handler om *sosiale koder*, som kan forstås som ulike normer knyttet til oppførsel på sosiale medier, i tillegg til trender eller fenomener som sprer seg. Det fjerde og siste

kapittelet handler om hvorvidt sosiale medier gjør oss brukere *mer eller mindre sosiale*. Her vil jeg samle tråder fra den øvrige analysen, i tillegg til å diskutere nettopp hvorvidt Snapchat og Instagram bidrar til å gjøre oss mer eller mindre sosiale.

Bruk av Snapchat og Instagram

Det er, som beskrevet, noen ulikheter i oppbyggingen av de to appene, Snapchat og Instagram, som igjen sørger for at det på noen områder er ulike muligheter og begrensninger når det gjelder hva de kan brukes til. Dette gjør at de nødvendigvis må brukes litt ulikt, men det er samtidig mange likheter mellom dem, i tillegg til et stort spillerom når det kommer til muligheter for bruk.

5.1.1 Offentlig publisering vs. flyktig ”small talk”?

Informantene mine forteller at de bruker disse to mediene til forskjellige ting, noe som forteller meg at det også er ulike normer festet til bruken av disse to applikasjonene. Snapchat og Instagram spiller litt ulike roller i hverdagen, samtidig som de på mange måter handler om det samme, nemlig det å holde kontakten og å dele informasjon og hendelser med andre. Alle informantene forteller at det er forskjell på hva de snapper og hva de legger ut på Instagram. Noen karakteriserer Instagram som et mer ”offentlig” sosialt medium, og snakker om Snapchat som et sosialt medium hvor man kan være mer avslappet og ha en mer ”hverdagslig” kontakt med andre. Jeg kommer nærmere inn på hva informantene mener med dette. Samtlige av informantene understreker at Snapchat er en lett form for kommunikasjon og en god måte å holde løpende kontakt med folk på i hverdagen. To av informantene mine beskriver tydelig denne ”lettheten”:

*Anne: (...) Snapchat er jo mer for å ha kontakt med venner, finne ut hva som skjer, om noen vil finne på noe, ehm, spørre om ting, altså alle mulige sånn, **snakke** med folk på en måte.*

Det er interessant at Anne bruker ordet *snakke* i denne sammenhengen selv om Snapchat i stor grad dreier seg om å dele bilder og videosnutter, og at det kun er en begrenset mengde tekst som kan sendes i en standard snap. Dette kan tyde på at det ikke nødvendigvis er viktig med så mange ord for at Anne skal få en følelse av at hun snakker med vennene sine på Snapchat.

Også Hege fremstiller Snapchat som en app som fungerer bra til formål som kan sammenlignes med ”small talk”:

Hege: Snapchat er mer sånn hverdagsgreier og sånn ”Se hva jeg driver med nå” og ”Å, det var kjipt at bussen dro” og ”Se, nå har jeg laget meg en god frokost”. Små hverdagsoppdateringer på en måte.

Informantene er også stort sett enige om at Instagram, i motsetning til Snapchat, er forbeholdt de litt mer spesielle hendelsene, og ikke først og fremst en app for enkle hverdagsoppdateringer. Flere understreker at det er høyere terskel for å publisere noe på Instagram sammenlignet med Snapchat. Anne forklarer det på denne måten:

*Anne: Det er jo det der med hva som er **godkjent** for Instagram og hva som kan legges på Snap liksom.*

Hun bruker altså uttrykket *godkjent for Instagram* når det kommer til terskelen for å publisere et innlegg, og forteller senere i intervjuet at det finnes noen uskrevne regler eller normer for hva som er greit å publisere og ikke. For eksempel forteller hun at ikke legger ut bilde av seg selv med joggebukse i sofaen på Instagram, men at hun gjerne kunne sendt et slikt bilde på Snapchat. At terskelen for å dele ikke er den samme på de to appene, er samtlige informanter inne på. Harald beskriver også denne ulikheten:

*Harald: Nei, det [**Snapchat**] er jo litt mer **uformelt** på en måte da. Så det er jo den fordelene av at det **forsvinner** da. Man kan være litt mer **ukritisk** hvis man kan bruke det begrepet da. I en snap spiller det ikke noen rolle hvordan man ser ut på håret når man tar en selfie fordi den forsvinner. (...) Så det er litt typisk sånn at man er **litt mer seg selv** på Snapchat, også er det en litt mer **pynta versjon** på Instagram da.*

Her ser vi viktige trekk Harald understreker i kontrasten mellom Snapchat og Instagram: Han legger vekt på at innholdet på Snapchat er flyktig, og at dette er en del av årsaken til at han mener Snapchat er et mer uformelt medium, og at han derfor ikke trenger å være så nøye på hvordan håret hans ser ut på bildene han sender der. Han forteller at det kan være lettere å være seg selv på Snapchat, altså er det enklere å vise virkeligheten som den er. Dette står i motsetning til hvordan han bruker Instagram, hvor han viser en mer pyntet versjon av seg selv

og av virkeligheten. Anne forteller at heller ikke hun legger ut de mest ”hverdagslige” bildene på Instagram:

Anne: (...) Instagram er jo mer sånn hvis jeg legger ut noe selv, så er det jo for å ... fremme meg selv da, jeg vet ikke (ler), det er jo for å vise at mitt liv er veldig bra og at sånn har jeg det, og nå er jeg på ferie, og nå er jeg der, og nå har jeg spist dette måltidet, og det er veldig fint, så... (ler). (...) Jeg legger ikke ut bilde på Instagram av meg som sitter hjemme med briller og ser på TV liksom med joggebukse, det gjør jeg jo ikke, men det kan jeg typisk bruke Snapchat til, sånn når jeg sender snapper til venner og sånn, ikke sant.

Sosiale medier er i mange tilfeller en arena hvor vi først og fremst viser frem våre beste sider, slik som programleder Leo Ajkic i ”Uro: Sykt sosial” har påpekt (NRK, 2019). Vi kan dermed si at mange av oss viser *glansbilder* av oss selv gjennom sosiale medier. For mine informanter virker dette først og fremst å være gjeldende for Instagram. Det Anne forteller om at hun gjerne kunne sendt en snap av seg selv i joggebukse hjemme i sofaen, forteller meg at hun ikke føler at hun må vise seg som et glansbilde på Snapchat. Hun forteller imidlertid at hun ikke ville lagt ut bilde av det samme på Instagram. Hun har altså en annen oppfatning av hva som er greit å legge ut der.

Informantene er stort sett enige om at Snapchat og Instagram er for ulike formål, og at det eksisterer normer for hva som er greit og ikke. Disse normene velger jeg å kalle *sosiale koder* for hvordan man skal oppføre seg på Snapchat og Instagram. Her gir Håkon et eksempel på noe han kunne tenke seg å sende på Snapchat, men som han ikke ville lagt ut på Instagram:

Håkon: Hvis det ligger en smil-sjokolade på pulten min mandag morgen, så hadde jeg jo tatt bilde av det og skrevet at det ikke var en så verst mandag morgen likevel, men jeg hadde ikke sendt det til alle, men til et utvalg.

Jeg: Ja. Og på Instagram, hva legger du ut der?

Håkon: Ja, da legger jeg ut mest bilder jeg er fornøyd med og som jeg synes er fine.

(...) Men veldig lite sånn hverdagslig. Jeg hadde ikke lagt ut bildet av den smil-pakka på Instagram for eksempel, men jeg synes jo det er helt innafor at andre gjør det.

Scriptet på både Instagram og Snapchat hadde tillatt Håkon å legge ut eller sende bilde av smil-sjokoladen på pulten mandag morgen. Han er likevel tydelig på at dette er innhold han gjerne kunne sendt en snap av, men som han ikke ville lagt ut på Instagram. I lys av domestiseringsteori kan vi lese dette som at Håkon har fortolket og dermed domestisert disse to sosiale mediene på forskjellige måter. Han hadde ikke valgt å legge ut bildet av smil-pakka på Instagram, men han understreker at han ville syntes det var helt ”innafor” om andre gjorde nettopp det. Jeg tolker dette som at han her forteller om en selvjustis som han ikke nødvendigvis regner med at andre også har. Han er, slik han beskriver det, ”strengere” med seg selv enn han er med andre når det gjelder hvordan å oppføre seg på Instagram. For Håkon er det viktig at bildene han legger ut på Instagram er bilder han er fornøyd med, og som har god kvalitet, noe som ikke er like viktig for bildene han sender på Snapchat. Bildene på Snapchat stiller han ikke like høye krav til, og derfor er terskelen lavere for å dele noe her.

5.1.2 Én til mange vs. én til få – om å gjøre relasjoner ulikt

Informantene mine har understreket at de ulike sosiale mediene brukes til ulike formål. Snapchat og Instagram handler om å på ulike måter være i kontakt med andre, og brukes på ulike måter for å *gjøre* relasjoner i hverdagen. Ut ifra det informantene mine sier, kan det virke som at Snapchat først og fremst brukes for å ”snakke” med andre om hverdagstemaer, avtale ting og fortelle om hendelser i hverdagen, i tillegg til at det også kan brukes til å dele opplevelser fra større begivenheter. Instagram er, på den annen side, mer forbeholdt det siste.

Samtlige av informantene forteller også at de *når ut til flere* når de publiserer noe på Instagram enn hvis de sender en snap til et utvalg av Snapchat-vennene sine. Informantene har flere følgere på Instagram enn de har Snapchat-venner, og i tillegg sendes ikke nødvendigvis en snap til alle på vennelista. Instagram byr på en tidslinje i hendelser i og med at det du publiserer, blir der inntil du selv eventuelt velger å slette det. Dette gjør at vi i større grad kan se innleggene i sammenheng med hverandre, i motsetning til på Snapchat der innholdet er flyktig, og du bare får se én ting av gangen. Det man har sendt på Snapchat, vil ikke like enkelt kunne kontekstualiseres, og innholdet vil i større grad være frittstående. Instagram fremstilles som noe mer varig og en arena for det vellykkede, mens Snapchat fremstilles som det hverdagslige mediet hvor man er mer oppriktig. Det som står på Instagram blir værende over en lang tidsperiode, mens en snap *skjer* i øyeblikket, for deretter å forsvinne. Det man sender på Snapchat, er derfor ikke publisering på samme måte som på

Instagram.

Videre ser vi at historikken på Instagram virker viktig, noe informantene mine på ulike måter setter ord på. Harald forteller at det er viktig å være litt kritisk til hva man legger ut på Instagram, av en helt spesiell grunn:

*Harald: Og jeg føler av og til Instagram er litt sånn derre **sosial CV** da. At du kan gå tilbake og se hva personer har gjort den siste tida liksom. Sånn ”å ja, de studerte i utlandet, det ser ut som de gjorde mye gøy der”, og noen liker å reise og noen liker å lage mat, så det er litt sånn **dokumentasjon** på hva man egentlig bruker tida si på, og da er det kanskje litt viktig å være litt kritisk til hva man legger ut.*

Sosial CV, kaller Harald Instagram. På denne måten sammenligner han det å ha en feed på Instagram med å ha et slags sammendrag av livet sitt så langt. Instagram-kontoen blir på denne måten en presentasjon av deg selv med innlegg som bevis på hvilket liv du lever. Med dette i bakhodet er det ikke rart en bør tenke seg om to ganger før publisering. Det som Anne fremhevet som å fortelle om, fremhever Harald her som å dokumentere.

Når informantene snakker om Snapchat, legger de i stor grad vekt på den enkle formen for kontakt og hyppige hverdagsoppdateringer med påfølgende *samtaler*. Snapchat kan dermed sies å være et viktig *hverdagsverktøy* for informantene. På Instagram er det helt tydelig et større fokus på at det som legges ut, må være gjennomtenkt, og det må passe med kriterier som at bildet er av høy kvalitet, og gjerne at det er noe mer spesielt enn det hverdagslige som skjer. På denne måten kan det tolkes som at Snapchat i større grad handler om å *snakke med* hverandre, mens Instagram i større grad handler om å *kommunisere noe ut til* hverandre. På Instagram publiserer du varige innlegg for en større offentlighet, mens på Snapchat småsnakker du gjennom flyktig innhold med en mindre gruppe.

Som jeg har vært inne på, er noe av det som gjør at bruken er forskjellig fra det ene mediet til det andre, knyttet til det Akrich (1992) kaller script. Selv om jeg ikke gjør en scriptstudie, er det likevel viktig å påpeke at scriptet legger føringer. Eksempler på disse føringene er fra helt enkle ting som hvor de ulike knappene er plassert og hvilke funksjoner som hører med, til at snapper forsvinner etter at de er åpnet, mens innlegg på Instagram blir værende og utgjør en historikk. Dette kan imidlertid ikke forstås som et strengt script i tradisjonell forstand, da

denne åpne teknologien gir spesielt mange muligheter. Sosiale mediers oppbygning innebærer dermed en betydelig fleksibilitet i hvordan de kan forstås (Laet & Mol, 2000). Snapchat og Instagram kan ses på som verktøy, og hvordan og hva de brukes til, avhenger av motivet til brukeren. Jeg har nå vist at bruk av disse mediene avhenger av hvordan brukerne fortolker appene og tilpasser teknologien og hverdagen til hverandre. Dette kan også uttrykkes som at teknologiens rolle og mening ikke er gitt på forhånd (Pinch og Bijker, 1984).

5.1.3 En tidstyv eller en normativ forventning?

For mange av informantene mine er det å være tilgjengelig og oppdatert en viktig del av å være bruker av sosiale medier. I tillegg forteller mange at sosiale medier er en god kilde til underholdning og kos i hverdagen. Dette tar nødvendigvis tid, og tidsbruk er noe av det brukerne jeg har snakket med strever med når det gjelder bruk av sosiale medier. Tidsbruken er dermed en betydelig del av det forhandlingene knyttet til domestiseringen av sosiale medier i hverdagen dreier seg om. Hvor mye tid i løpet av dagen går til sosiale medier, og hvordan balanseres dette med andre hverdagsaktiviteter? Alle informantene forteller at de bruker sosiale medier daglig. De fleste forteller at dette dreier seg om mer enn én time hver dag. Harald understreker at det er vanskelig å rapportere om dette når jeg spør ham hvor mye tid han bruker på sosiale medier daglig:

*Harald: Halvannen til to timer kanskje. Nei, halvannen. **Håper ikke det er to.** Men det er jo sånn at man alltid under-rapporterer seg selv da. "Hvor mye drikker du på ei uke?", "Ja, det blir jo et par glass. Eller okay da, fire, fem"*

Harald sier han bruker halvannen til to timer, og tilføyer deretter at han ikke håper det er to. Dette peker i retning av at han både er klar over at han bruker mye tid, og kanskje også er engstelig for at han bruker *for* mye. Han legger også til at det kan være fort gjort å feilvurdere hvor mye tid det faktisk er i praksis, og at dette gjerne er mer enn antatt. Som overskriften her påpeker, handler det for mine informanter om at å være bruker av sosiale medier tar tid, og kanskje også at noe av denne tiden er tid man gjerne skulle brukt til noe annet. Det Harald sier her, forstår jeg som at han, i likhet med flere av informantene mine, ser på det som "feil" å bruke sosiale medier for mye.

Ønsket om å bruke mindre tid enn man kanskje gjør på sosiale medier går igjen blant flere av

informantene:

Jeg: Hvor mye tid tror du at du bruker på sosiale medier i løpet av en dag?

Astrid: Altfor mye, men man får jo ikke brukt det så mye på skole og sånne ting.

Jeg: Nei.

Astrid: Det er jo faktisk noen [lærere] som samler mobilene inn fremdeles.

Jeg: Ja.

Astrid: Men sånn på ettermiddagen går det i hvert fall tre timer tenker jeg.

(...)

*Astrid: (...) **beklageligvis bruker man altfor mye tid på det.***

Jeg: Ja, du føler det tar litt tid?

Astrid: Ja, jeg er fullstendig klar over det. Vi har hatt litt om dette på skolen, og da ble vi spurt hvor mye tid vi egentlig brukte. Da spurte læreren om noen ville laste ned en app som viste hvor mye tid vi brukte på mobilen, men det var det nesten ingen som turte å se, for man vet at man bruker for mye tid på det. Man er klar over det, men man har ikke lyst til å vite nøyaktig hvor mye tid det er snakk om.

Jeg: Nei.

Astrid: Da er det bedre å si "Ja, jeg bruker ganske mye tid", men hvis man sier "Jeg bruker mobilen 7 timer i døgnet", så er det litt sånn...

Jeg: Man vil ikke vite helt akkurat hvor mye det er?

Astrid: Nei.

Astrid uttrykker at hun er litt usikker på nøyaktig hvor mye tid det er snakk om, men at hun, og flere andre, helst ikke vil vite dette i frykt for at det er mye mer enn forventet. Jeg forstår dette som at det eksisterer en normativ forventning, i dette tilfellet uttrykt av læreren, om at det er negativt å bruke for mye tid på sosiale medier. Jeg forstår på Astrid at hun kjenner seg usikker på om hennes tidsbruk på sosiale medier i praksis står i stil med hva hun selv tenker er meningsfylt og at hun ikke ønsker å ta i bruk appen læreren fortalte om fordi å få vite at man bruker mer tid enn antatt, er et uttrykk for noe negativt. Det kan derfor være enklere å ikke vite. Hadde det kommet frem at hun brukte mer tid enn hun selv kunne stå inne for, ville hun blitt stilt overfor vanskelige forhandlinger. Håkon er også en av dem som synes han bruker sosiale medier for mye:

Håkon: Hmm... Jeg tror ikke jeg tar i hvis jeg sier 2 timer. Jeg bruker det sikkert mer også noen dager. Jeg bruker det jo alltid når jeg er på T-banen... og... herregud, når jeg skal sovne, da bruker jeg det en del!

(...)

Håkon: Men jeg har snakka med både samboeren og søstera mi faktisk om at vi bruker telefonen mye. Så jeg er klar over at jeg bruker den mye. Jeg har tenkt noen ganger at jeg skal prøve å bruke telefonen litt mindre også.

Jeg: Ja.

Håkon: Og når jeg sier "å bruke telefonen", så er sosiale medier en stor del av den bruken.

For Håkon er telefonen i stor grad lik sosiale medier. Håkon sier at han noen ganger har *tenkt på* å prøve å bruke telefonen mindre. At han ønsker å bruke telefonen mindre, men foreløpig ikke har gjort annet enn av og til å tenke tanken på å prøve å redusere tidsbruken, kan forstås som et tegn på at dette føles vanskelig. Sosiale medier blir en del av hverdagspraksisene og blir, som nevnt, en del av rutineene våre. Håkon nevner konkrete rutiner knyttet til tidsbruk, som at han alltid bruker telefonen på T-banen og før han skal sove. Slik bruk av sosiale medier knyttet til konkrete settinger ser jeg som en del av den praktiske dimensjonen av domestisering, altså at telefonbruken her innlemmes i, og endrer, Håkons allerede etablerte hverdagsrutiner når han kjører T-bane og skal sove, synonymt med tidsbruk. Her er også den kognitive dimensjonen gjeldende på den måten at informantene gjør noen atferdsendringer, sånn at de finner rom og tid til sosiale medier. Alle informantene mine forteller at det å sjekke sosiale medier er det første de gjør om morgenen, i tillegg til at de med jevne mellomrom bruker sosiale medier gjennom dagen. De bruker tid på det hver dag, og de har innlemmet deler av bruken i hverdagsrutinene sine.

Videre vil jeg gå nærmere inn på rollen sosiale medier spiller i mine informanters hverdag ved å trekke frem videre funn i fire delkapitler. Jeg diskuterer funnene mine fortløpende under følgende delkapitler: *Tilgjengelighet som tilstedeværelse – et tveegget sverd?*, *Tilgjengelighet = sosial ressurs*, *Sosiale koder* og *Mer eller mindre sosial?*

Tilgjengelighet som tilstedeværelse – et tveegget sverd?

Flere av informantene trekker frem at sosiale medier gir dem god tilgang på kontakt med

andre. Mange vektlegger det å holde seg oppdatert på hva andre gjør og å dele små og store begivenheter med andre som en viktig del av hva som skjer på sosiale medier. Flere snakker om at dette er en type kontakt som er viktig i hverdagen. Jevnlige oppdateringer fra familie, venner og andre beskrives både som hyggelig, men også som tidvis masete og slitsomt:

Hege: (...) Snapchat er mer sånn "Nå har du fått noe!", så jeg opplever den som ganske forstyrrende. Så jeg har flere ganger tenkt at den kunne jeg kanskje sletta, for den ødelegger liksom flowen i dagene (ler). Selv om det er hyggelig å få oppdateringer, så kan det oppleves som litt masete i blant.

Nettopp det å være tilgjengelig understrekes av flere av informantene som viktig, der flere forteller at de ville følt at de går glipp av informasjon dersom de ikke hadde hatt tilgang på sosiale medier. Men som vi her ser Hege påpeke, kan det både være hyggelig og slitsomt alltid å være "på". Også Harald forteller at han egentlig ikke liker Snapchat så godt fordi innholdet forsvinner så fort, men at han likevel bruker det. Å være tilgjengelig kan derfor være et tveegget sverd: På den ene siden vil det å være tilgjengelig på sosiale medier si at du alltid er oppdatert og informert, mens det på den andre siden vil kunne føles stressende og masete, som Hege forteller. Det kan også gå på bekostning av opplevelser her og nå. Dette vil jeg komme tilbake til.

Selv om det å være tilgjengelig ikke beskrives utelukkende som noe positivt, er det likevel noe Hege og flere av de andre informantene stort sett velger å være. Håkon forteller at det er viktig for ham alltid å ha med seg telefonen:

Håkon: Jeg går hjemmefra til butikken. Glemmer lommebok, har med mobil. Aldri motsatt. For jeg kjenner jo hele tiden at den er der, jeg sjekker jo at den er der, sånn av seg selv. (...) Jeg gikk tom for strøm på mobilen i går, og hadde lagt igjen laderen hos noen andre i helga. Jeg hadde ikke en ekstra lader hjemme. Det er jo litt rart, for da kunne jeg jo ikke lade den opp, selv om det var snakk om kort tid til jeg kunne det. Da kjenner man jo litt mer på det. Man blir jo mer avhengig enn man tror.

Håkon uttrykker et ubehag rundt ikke å ha telefonen i nærheten eller når telefonen går tom for strøm. Han har fått som vane å sjekke at telefonen alltid er i lomma fordi han er redd for å glemme den, og han har på denne måten domestisert teknologien på en måte som har ført til

denne hverdagspraksisen. Men hva betyr denne frykten for å glemme telefonen? Turkle skriver ”Når vi ikke har oversikt over de digitale enhetene våre, blir vi engstelige” (2011, s. 280, min oversettelse). Håkon bruker ikke ordet engstelig, men han er tydelig på at han ikke ønsker å glemme telefonen ved at han stadig sjekker at den er der. Han sier at han ”kjenner på det”, noe jeg forstår som at han synes det er ubehagelig og at det kanskje også kan gi en form for engstelse. Turkle forklarer engstelsen knyttet til ikke å ha tilgang på de digitale enhetene med at vi da plutselig ikke har tilgang på kontaktene våre. Vi er vant til at det alltid er noen der, men hvis ikke vi har telefonen, har vi ikke lenger den sikkerheten (Turkle, 2011, s. 157). Jeg spurte videre om hva Håkon hadde tenkt om å få utdelt en telefon uten tilgang på sosiale medier:

Håkon: Ja, ville nok følt meg litt... vet ikke, måtte dekke det på en annen måte. Det kan være jeg hadde... sendt mer SMS da sikkert. Kanskje ringt. Jeg vet ikke om jeg ville ringt så mange av vennene mine, det ville jeg ikke gjort.

Jeg: Nei?

Håkon: Jeg ville følt meg litt utilgjengelig på en måte.

Jeg: Ja. Ville du følt at du hadde gått glipp av kontakt eller informasjon fra folk?

Håkon: Ja, det tror jeg.

Håkon understreker at han ville følt seg utilgjengelig og at han ville gått glipp av informasjon. Vi kan dermed knytte hans ubehag til det Turkle forklarer om at plutselig ikke å ha tilgang på kontaktene våre kan gjøre oss engstelige. Håkon fortalte i tillegg at han måtte ha gitt alle på sosiale medier beskjed om at han ikke var der. Dette forstår jeg som at han kjenner på et ansvar overfor dem om å være tilgjengelig. Samtidig forstår jeg, på bakgrunn av sitatet ovenfor, at det handler mest om at han selv ikke ønsker å gå glipp av informasjon. Følelsen av å være utilgjengelig og av å gå glipp av noe uten tilgang på sosiale medier går igjen hos flere av informantene:

Hanne: Jeg hadde nok kanskje sikkert følt litt på det, at man ikke fikk de daglige oppdateringene og fikk vært liksom ”med”.

Hanne forteller at hun ikke hadde følt at hun var ”med” uten tilgangen på sosiale medier og de daglige oppdateringene der. Håkon vektlegger noe av det samme gjennom å understreke at han ville følt seg utilgjengelig. Opplevelsen av ikke å være til stede på sosiale medier forstår

jeg på disse informantene som en opplevelse av ikke å få med seg det som skjer, eller ikke å være der det skjer. Hvis de ikke har telefonene sine, er de dermed ikke ”til stede” der det skjer. Det kan på flere av informantene virke som at det som skjer på sosiale medier, gir en egen form for fellesskap eller sosialt liv som det er viktig å være en aktiv del av, ellers risikerer en å gå glipp av viktig informasjon om egen virkelighet og eget liv. Videre forstår jeg det å gå glipp av dette som en følelse av å være *fraværende*, og at det derfor oppleves som verdifullt å være ”på”. Dette peker på noe fundamentalt sosialt ved mennesket, på den måten at sosiale medier får oss til å kjenne på dette konstant og bringer dette behovet frem i lyset.

Håkon forteller i tillegg at han uten sosiale medier måtte ha ”dekka det på en annen måte”. Jeg stiller meg spørsmålet om hva han ”måtte ha dekket”? Utsagnet forteller meg at Håkon mener at behovet for å være ”på” og ”til stede” nå ville eksistert uavhengig av sosiale medier. Et annet spørsmål er om dette et grunnleggende eller et skapt behov? Sosiale medier har gjort oss vant til å ha kontaktene våre tilgjengelige til enhver tid og gjør også at vi alltid har noe å bedrive tiden med når ikke det er noe annet som skjer, og også når det faktisk er noe annet som skjer. Det kan derfor være tilfelle at sosiale medier har skapt et behov som ikke var der fra før, og at nettopp disse behovene kan være noe av det som gjør at det ville ha følt problematisk å slutte å være en bruker.

Turkle hevder blant annet følgende: ”Vi liker å ha muligheten til å nå hverandre umiddelbart, men må gjemme telefonen for å tvinge oss til å ta et stille øyeblikk” (2011, s. 280, min oversettelse). Dette er et interessant poeng som understreker det sterke behovet for å være ”på”. Også noen av mine informanter er inne på nettopp denne praksisen. Astrid forteller følgende om situasjoner der hun går aktivt inn for ikke å bruke mobilen:

Jeg: Ja, så du går av og til litt aktivt inn for å legge den bort og gjøre noe annet?

Astrid: Ja, jeg legger den i en jakke eller et hjørne og snur den med skjermen ned.

Jeg: Ja.

Astrid: Så kan jeg glemme den litt.

Det Astrid forteller her, står i samsvar med det Turkle hevder. Astrid gjemmer fysisk bort mobilen for å fokusere på omgivelsene. Dette forteller hvor vanskelig det faktisk er å glemme at man er ”på”: Den fysiske telefonen er en konstant påminnelse om en online, ikke-fysisk identitet. Vi erfarer ikke lenger bare gjennom kroppen vår, men også gjennom sosiale medier

og enheter som telefon, PC og nettbrett. Vi skifter mellom de fysiske enhetene, men vår online-identitet består. Også Amalie forteller at hun legger bort mobilen hvis hun skal være sammen med venner og ikke ønsker å bruke tiden på sosiale medier:

Amalie: Men folk blir jo irritert når ikke man svarer, så det er jo litt sånn vanskelig.

Jeg: Føler du deg litt dratt i begge retninger noen ganger?

Amalie: Ja, jeg har ofte lyst til å legge mobilen vekk når jeg er med venner, men når jeg da ikke svarer på 5-6 timer eller hvor lenge jeg er med venner, da blir folk litt sånn "Hallo, er du død?! Du må jo svare".

Jeg: Ja. Kjenner du da trangen til å svare når du er med venner, eller går det fint å la være?

Amalie: Jeg pleier å legge mobilen helt vekk sånn at jeg ikke ser om jeg har fått noe.

Det Amalie forteller, vitner imidlertid om noe mer enn hennes behov for å sjekke telefonen og å være "på". Hun forteller at det også eksisterer forventninger til henne på den måten at vennene hennes etterlyser svar innen en viss tid. Amalie forteller at det kan føles som å bli dratt i begge retninger. Skal hun la mobilen ligge, eller skal hun svare? Hun må altså stadig forhandle mellom å være til stede for de vennene som er rundt henne og å være til stede for de vennene som er på sosiale medier. Både Astrid og Amalie forteller om de samme praksisene knyttet til å slippe unna dette tilbakevendende dilemmaet ved at de fysisk legger telefonene bort. Dette er en praksis de har lært seg til å bruke i visse situasjoner fordi de har erfart at forhandlingene blir vanskelige. Løsningen blir å legge bort telefonen, men de logger fortsatt ikke av sosiale medier.

5.1.4 "Fanget" på sosiale medier?

Er det så viktig å være på sosiale medier at vi ikke hadde klart å slutte? Vi har sett noen av informantene fortelle om at det kan være slitsomt å bruke sosiale medier på den måten de gjør i hverdagen. Det er likevel oppfatninger blant informantene om at det er viktig å være til stede i det som skjer på sosiale medier, og vi har nå sett at vi derfor tillegger oss praksiser og vaner knyttet til nettopp dette.

Anne forteller at hun synes sosiale medier bidrar til mye stress i hverdagen hennes. Jeg spurte henne derfor om hun mener hun hadde fått mer enn hun hadde mistet hvis sosiale medier hadde sluttet å eksistere:

Jeg: Føler du da at du hadde fått mer enn du hadde mista hvis du ikke hadde hatt sosiale medier?

Anne: Ja. Jeg vil egentlig si det. Jeg tror alle kunne ha tatt et skritt tilbake og bare slappet litt av (puster ut). Jeg tror seriøst alle ville fått litt lavere skuldre om ikke vi hadde hatt sosiale medier. (...) Så kunne de slutta å stresse og vært der de var. Også tror jeg folk hadde fått øynene mer opp for de rundt seg.

Anne mener hun hadde fått mer enn hun hadde mistet hvis hun ikke hadde vært på sosiale medier. Hun fortsetter likevel å være en bruker, noe som forteller meg noe om hvor viktig det er å være til stede i det sosiale fellesskapet som finner sted der. Hun forteller videre at hun tror vi i større grad hadde fått øynene opp for hverandre uten sosiale medier. På noen måter kan vi si at sosiale medier gjør at vi nettopp ser hverandre mer enn noen gang. Vi har hyppig kontakt i hverdagen på Snapchat, og vi viser oss frem for hverandre på Instagram. Vi kan altså snakke om ulike måter å se hverandre på. Anne setter imidlertid mer pris på hvordan vi ser på hverandre utenfor Instagram og Snapchat. Fysiske ansikt-til-ansikt-møter har tydeligvis ikke mistet sin verdi selv om kontakt via sosiale medier tar stor plass. Dette, og at det kan dreie seg om ulike måter å være sosial på, vil jeg komme nærmere inn på i siste delen av analysen.

Flere av informantene nevner ulemper som stress som følge av sin bruk av sosiale medier. Vi så tidligere Hege snakke om at hun kunne tenke seg å slette Snapchat fordi det opplevdes som masete å få oppdateringer. Vi har også sett Anne fortelle at hun tror hun hadde vunnet mer enn hun ville tapt på ikke å ha sosiale medier. Likevel har disse informantene fortsatt bruken som før. Hva er det som får dem til å fortsette? Anne gir videre i intervjuet noen klare svar på nettopp dette:

Jeg: Hvilken rolle spiller sosiale medier i din hverdag?

*Anne: Det spiller **en altfor stor rolle** da, det vil jeg absolutt si. Det er jo, åh, det er så mye, alt skjer jo på sosiale medier. Jeg har vurdert mange ganger om jeg bare skal slette alt dette her nå, for jeg er så lei av det rett og slett, men du faller jo helt ut, for*

du får jo ikke med deg noen ting om hva som skjer hvis ikke du..., for alt foregår jo der på en måte. Nesten alle kommuniserer med meg på snap, ikke sant, så hvis jeg ikke har Snapchat på en måte, så får jo nesten ikke folk tak i meg lenger. Men jeg har jo en mobil liksom, du kan jo sende meg melding, men nei, det kan de ikke, de må sende på snap, men jeg skjønner jo det, for jeg gjør jo det samme. (...) Så føler jeg folk kanskje kunne sattet og diskutert hva de hadde sett og hvor andre hadde vært, også hadde jeg bare vært sånn "Hæ? Det har ikke jeg fått med meg" liksom. "Du så det jo på Instagram?" og jeg bare "Nei, jeg sletta det" (ler).

For Anne, som på den ene siden har hatt lyst til å slette sosiale medier, virker det på den annen side som at det samtidig er en helt absurd tanke for henne å gjøre nettopp dette. Igjen ser vi dette med viktigheten av å være "på", altså tilstedeværelsen på sosiale medier. Hun forteller at hun hadde gått glipp av så mye informasjon at hun ville "falt helt ut", og at folk ikke kom til å ville sende tekstmelding fordi de heller ville ønsket å bruke Snapchat. Hun ler etter å ha skissert en situasjon der hun måtte ha fortalt de andre at hun ikke hadde fått meg seg informasjon fordi hun hadde slettet Instagram, noe som forteller noe om hvor uaktuelt det føles for henne. Anne har altså hatt lyst til å slippe å være på sosiale medier, men blir holdt igjen av det jeg forstår som det sosiale fellesskapet appene her faktisk gir tilgang til.

Vi har nå sett Anne, Håkon og Hanne på ulike vis snakke om de samme tingene: Frykten for å gå glipp av ting, ikke være helt med og et ubehag ved ikke å være "på". Med andre ord, fellesskapet som eksisterer på sosiale medier virker for flere av mine informanter som vanskelig å se for seg å være foruten. Dette kan på én måte forstås som et sterkt fellesskap fordi "alle" er der, men samtidig er det skjært fordi det kun eksisterer så lenge brukerne er "på". Hvis folk logger seg av, eksisterer det ikke lenger. Det kan gjøre at det er vanskelig å være en ikke-bruker, til og med hvis det er ønskelig, fordi en har opparbeidet seg et fellesskap som ikke kan opprettholdes uten tilstedeværelsen på sosiale medier.

Vi har altså sett flere av informantene peke på faktorer som gjør det viktig for dem å være "på", og at dette må til for å opprettholde et sosialt fellesskap på sosiale medier. Vi har sett flere påpeke vanskeligheter knyttet til dette, men det er også flere positive sider knyttet til å være på sosiale medier som går igjen blant mine informanter. Dette vil jeg nå gå nærmere inn på, og også her vil informantens dilemmaer og forhandlinger komme til syne.

Tilgjengelighet = sosial ressurs?

Her vil jeg fokusere på en annen side ved det å være tilgjengelig på sosiale medier. Jeg vil vise at investering av tid og energi på sosiale medier kan bli en god sosial ressurs i senere anledninger, og jeg vil fokusere på at vi kan *gjøre* trygghet gjennom bruk av sosiale medier. I tillegg vil jeg mer utdypende ta for meg informantenes forhandlinger knyttet til å være til stede her og nå kontra å være til stede på sosiale medier.

5.1.5 Sosiale medier hjelper samtalen utenfor sosiale medier

Vi har sett Anne skissere opp en tenkt situasjon der hun måtte ha innrømt for vennene sine at hun hadde gått glipp av informasjon som følge av at hun hadde slettet Instagram. Jeg forstår dette som at det ville vært vanskelig å være foruten denne informasjonen også fordi den i stor grad danner grunnlaget for samtaleemner i hverdagen. At denne typen bakgrunnsinformasjon er viktig, gjør seg gjeldende også i Amalies eksempel:

Jeg: Hvilke funksjoner har sosiale medier for deg?

*Amalie: Det er en **samtalestarter**. For eksempel med jenter i klassen jeg ikke snakker så mye med, så kan for eksempel et bilde på Instagram eller en snap eller noe være en samtalestarter.*

Jeg: Sånn som at du for eksempel sender et bilde på direkte melding på Instagram, eller?

Amalie: At de legger ut noe, for eksempel, også synes jeg det var fint, og så liker jeg det, og så når de senere for eksempel forteller at de har vært et eller annet sted, så kan jeg si "Å ja, det så jeg på Instagram", også blir det på en måte en samtalestarter.

Amalie formidler her at det å ha hatt kontakt med noen via sosiale medier *før* de møtes ansikt til ansikt, eller å ha sett noen av de samme tingene på sosiale medier, kan fungere som en felles *referanseramme* for videre prat. Når en bruker mye tid på sosiale medier og ser hva andre legger ut, vil dette etter hvert gi en del bakgrunnsinformasjon som kan fungere som en samtalestarter, sånn som Amalie forteller om, når en møtes fysisk. Å inneha denne bakgrunnsinformasjonen kan dermed fungere som en sosial ressurs, men det kreves noe for å opparbeide den. Det kreves blant annet at du er tilgjengelig og oppdatert på det som skjer på sosiale medier. På denne måten kan vi snakke om det som en slags sosial *valuta* som en

opparbeider seg, eller investerer i, ved å være på sosiale medier. Hvis du bytter ut litt av fokuset på det som skjer her og nå, med å oppdatere deg på sosiale medier, kan denne informasjonen bli til en valuta som senere kan nyttiggjøres i fremtidige samtaler ved at den veksles inn i den sosiale interaksjonen både på, og også *utenfor* sosiale medier.

Å være aktiv på sosiale medier kan med andre ord gjøre samtaleemner lettere tilgjengelige i andre kontekster. Denne måten å bruke sosiale medier på, kan dermed potensielt være styrkende i sosiale situasjoner. Det står i samsvar med det Brandtzæg (2012) hevder, nemlig at noen typer brukere av sosiale medier kan skaffe seg *større sosial kapital* enn det for eksempel ikke-brukere kan. Ifølge Brandtzæg er det brukere som i stor grad har kontakt med andre når de er på sosiale medier som kan øke sin sosiale kapital. Mitt funn er imidlertid at også det å få med seg hva andre gjør på sosiale medier kan være en sosial ressurs.

Ikke bare kan sosiale medier brukes som en sosial ressurs, det kan også gi sosial trygghet. Amalie forteller at hun gjerne tar opp mobilen i situasjoner der hun ikke ønsker at andre skal tenke at hun er alene og ikke har noe å ta seg til:

*Amalie: Ja, også litt sånn hvis jeg sitter alene og **føler meg litt klein**, så kan jeg også ta opp mobilen, for da føler jeg meg mindre klein, for da **ser det ut som** jeg har noe å gjøre.*

Amalie føler et ubehag knyttet til at andre skal se henne når hun er alene i offentligheten og ikke har noe å gjøre. I disse situasjonene velger hun i praksis å ta opp mobilen for å dempe dette ubehaget, og vi kan dermed si at hun *gjør* en form for trygghet. Telefonen fungerer dermed som en ”venn” når hun ikke har andre rundt seg, og hun forklarer også videre i intervjuet at hun liker følelsen av ”aldri å være helt alene”. Kanskje kan sosiale medier med sin enkle tilgang på kommunikasjon bidra til at noen av oss i større grad synes det er ubehagelig at andre skal kunne tenke at vi ikke har noen å snakke med. Det er kanskje så vanlig å ha kontakt med noen at vi er redde for at noen skal reagere på at vi ikke har det? Denne måten å gjøre trygghet på kan imidlertid føre til at vi blir mindre åpne for tilfeldige møter fordi vi blir mindre tilgjengelige for de som er rundt oss, rett og slett fordi vi gjør som Amalie og heller ”snakker” med telefonen. Hvorvidt dette gjør oss mer ensomme, slik Turkle (2011) hevder, sier ikke Amalie noe om direkte. Det kan imidlertid ses i sammenheng med

det Turkle hevder om at ”teknologien tilbyr oss substitutter for å kommunisere ansikt til ansikt” (2011, s. 11), og at vi heller velger dette fordi teknologien krever mindre av oss.

5.1.6 Å gjøre kontroll: Trygghet vs. overvåking?

Ikke bare er vi tilgjengelige i form av at vi på enkle måter kan kontaktes, noen av oss lar også posisjonen vår være tilgjengelig på et kart. *Snapkartet* er et kart som gir deg som Snapchat-bruker et overblikk over hvor Snapchat-vennene dine befinner seg. Her kan man zoome helt inn og se omtrent nøyaktig hvor andre brukere er. Posisjonene oppdateres hver gang noen har vært aktive på Snapchat. Denne funksjonen er imidlertid frivillig å ha aktivert, og dermed har alle brukere mulighet til å fjerne seg fra kartet. Brukerne som ikke ønsker å dele sin posisjon, kan likevel se posisjonen til de Snapchat-vennene som har denne funksjonen aktivert. Amalie bruker gjerne Snapkartet for å forsikre seg om at vennene hennes har det bra:

Amalie: (...) hvis jeg har venner som for eksempel er fulle, så pleier jeg ofte å se om de har kommet seg hjem. (...) Så hvis ikke de er hjemme, så sender jeg melding og spør hvor de er og om de kommer seg hjem.

Amalie bruker Snapkartet for å få kontroll på om vennene hennes har kommet seg trygt hjem etter en fest. Dette kan sies å være en form for praksis der Amalie gjør trygghet gjennom at hun kan sjekke hvor de er, for så å følge opp med spørsmål om det går bra. Amalie uttrykker med dette også omsorg, og bruker da denne spesielle funksjonen i Snapchat til å muliggjøre en slik praksis. Vi kan dermed si at hun *gjør* trygghet og omsorg gjennom denne spesifikke funksjonen. Snapkartet representerer imidlertid ikke trygghet for alle. Hege forbinder kontrollen som Snapkartet tilbyr, med noe jeg oppfatter som uro:

Hege: Du, det [Snapkartet] har jeg ikke brukt (ler). Jeg synes det er veldig ekkelt at folk kan vite hvor jeg er til enhver tid. Det liker jeg ikke i det hele tatt, så det bruker jeg ikke.

Jeg: Nei?

Hege: Det er jo en skikkelig creepy greie, du kan stalke folk skikkelig liksom.

Der Amalie bruker Snapkartet til å skaffe seg trygghet på vegne av vennene sine og for selv å få ro, forbinder Hege, på den annen side, Snapkartet med utrygghet knyttet til å dele sin

posisjon. Hun opplever det som ubehagelig at andre kan vite hvor hun befinner seg til enhver tid, og velger å la være å bruke denne funksjonen. Hun forbinder bruk av Snapkartet med overvåking, og knytter dermed ikke den samme meningen som Amalie gjør til denne praksisen.

Amalie og Hege har altså helt ulike forhold til Snapkartet, og man kan si at de tillegger funksjonen ulike meninger. Jeg argumenterer for at dette bør forstås i lys av funksjonens fortolkningsmessige fleksibilitet (Pinch & Bijker, 1984) ved at hvordan en teknologi kommer til å fungere i praksis, er avhengig av hvordan brukerne fortolker den. Den ene tar funksjonen i bruk, den andre lar være. Jeg tolker dette som at hvis funksjonen ikke har noen opplevd verdi for brukeren eller forbindes med noe negativt, blir den heller ikke brukt. Der den ene finner trygghet, finner den andre uro. Her har Amalie og Hege domestisert Snapchat ulikt på bakgrunn av hvordan de opplever Snapkartets verdi.

5.1.7 Opplive, eller dele det du opplever?

Noe som kan være en hake ved det alltid å være tilgjengelig på sosiale medier, er at det nødvendigvis blir vanskelig samtidig å skulle være til stede her og nå. Noen ganger kan vi gå glipp av det som skjer rundt oss fordi vi ønsker å få med oss det som skjer på sosiale medier. Om vi skal være her eller der, på eller av, er en tilbakevendende forhandling for mange av mine informanter. Hvilken verdi de tillegger hva, har mine informanter ulike oppfatninger om. I noen tilfeller kan det oppleves som verdt det å fokusere på det som skjer på sosiale medier til fordel for her og nå, mens det andre ganger er motsatt. Hege forteller følgende om nettopp denne spenningen:

Hege: I en periode var vi mye på topptur og så mye nydelig landskap. Vi har slitt oss opp i to timer på ski, også kommer vi opp der og skal nyte utsikten, og så er det sånn "Stå der! Skal bare ha et bilde til Snapchat! Stå sånn, ta armene opp!", også tenker jeg at "kan vi ikke bare nyte dette her?" (...) Når det blir sånn at du må stoppe å gjøre det du holder på med, for det er gjerne ute på tur eller sånne ting da, at du må koble ut av at "nå er jeg på tur, og det er deilig" og inn igjen i "sosiale medier-konteksten", og jeg må tenke over om jeg er møkkete for eksempel, eller hvordan ser jeg ut, smiler jeg nå, har jeg mascara under øynene. Ikke sant.

Jeg: Ja.

*Hege: **Du blir liksom tatt inn igjen i kroppen din da. Mer enn jeg kanskje synes er greit i blant.***

De fleste av oss har hørt en variant av uttrykket ”Det har ikke skjedd hvis ikke det er på sosiale medier.” Hege uttrykker imidlertid her at det er situasjoner der hun skulle ønske mobilen med de sosiale mediene kunne blitt i lomma. Hun uttrykker at å dele det en opplever, går på bekostning av det man faktisk opplever, og forteller at det skjer ”mer enn hun kanskje synes er greit i blant”. Fokuset blir flyttet fra det indre og selve opplevelsen, og over til de ytre tingene som sminke og hvordan man ser ut, i tillegg til hvor det skal deles og med hvem. Å dele slike øyeblikk har vi sett at kan føre til gode samtaler senere, og vil kunne bli til det jeg tidligere har referert til som sosial valuta. Det kan imidlertid ødelegge for selve opplevelsen og det å være til stede i situasjonen. Å velge å dele kan altså også forstås som å velge å gi fra seg noe. Også Harald har tanker rundt dette:

*Harald: **Også har jeg tenkt at, la meg si at det kommer fem elg da, og jeg ikke får tatt bilde av de fem elgene og lagt ut, selv om det er helt sensasjonelt, så skal jeg ikke tenke ”søren, at ikke jeg fikk tatt bilde av de elgene og lagt ut sånn at alle kunne sett at jeg har sett fem elg i dag”. Da må jeg bare tenke at jeg faktisk så fem elg, og det er jo det som er poenget. Poenget er ikke at jeg har vist andre at jeg har sett fem elg.***

Poenget er at jeg har sett fem elg selv.

Samtidig som Harald ønsker å være mer til stede i øyeblikket og poengterer at det er hans egen indre opplevelse som skal veie tyngst, gir han også uttrykk for at det i dette tenkte tilfellet kanskje ville vært verdt å dele øyeblikket likevel:

Jeg: Ja. Går du aktivt inn for å tenke på den måten?

*Harald: Ja, jeg prøver faktisk å endre litt på det. At jeg ikke skal bli lei meg hvis jeg ikke får delt ting. Det er greit å ta et bilde, men ikke nødvendigvis dele det der og da. Da har jeg det som et minne for meg selv, så kan jeg vise det til andre når jeg er sammen med dem for eksempel. **Men hvis jeg hadde sett fem elg, hadde jeg nok prøvd å legge det ut på Snapchat og Instagram, tror jeg.***

Til tross for Haralds oppfatning om at det er viktigst å oppleve for sin egen del, forteller han at han sannsynligvis ville prøvd å dele øyeblikket med fem elg i sosiale medier. Dette vil føre

til at deler av opplevelsen der og da må vike mens Harald finner frem mobilen, åpner riktig app og knipser et bilde eller filmer episoden. Man kan også se for seg at han deretter vil legge til effekter eller tekst før innholdet skal publiseres eller sendes til utvalgte brukere. Det vil bli vanskelig for Harald å få med seg like mye av hendelsen hvis han velger å gjøre dette, men kanskje kan det noen ganger være verdt det? Deling av denne opplevelsen vil kunne veksles inn i potensiell sosial valuta i form av respons på sosiale medier, samt mange gode samtaler gjennom og utenfor sosiale medier. I dette tilfellet ville kanskje den sosiale valutaen kunne bli mer verdifull enn tilstedeværelsen i øyeblikket.

5.1.8 Adspredelse vs. distraksjon

Fungerer sosiale medier først og fremst som en adspredelse eller en distraksjon? Skal man få med seg det som deles eller det som skjer i øyeblikket? Bruk av sosiale medier, samt opparbeidelse av sosial valuta, handler også om å bruke energi på å oppdatere seg på hva andre har delt. Dette kan være en tidkrevende prosess, og kan, på samme måte som ved deling, stjele noe av tilstedeværelsen i hverdagen. Hege forteller at hun liker Instagram og at hun ofte kan sette seg ned for å kose seg med å ”scrolle”, eller bla, gjennom innholdet andre har delt, men at det andre ganger dreier seg om en trang til å holde seg oppdatert:

Hege: Jeg vil ikke gå glipp av noe (ler).

Jeg: Nei (ler).

Hege: Og det er litt upraktisk hvis det er masse.

Jeg: Ja.

Hege: Da tar det litt mer tid enn jeg kanskje synes er greit å bruke på sånn scrolling uten at jeg har satt meg ned for å virkelig kose meg med scrolling.

Jeg: Ja, når du bare må ta det for å...

Hege: Ja, for å få gjort det! (...) Jeg synes at hvis jeg ikke har vært gjennom alt, så er det litt kjipt (ler). Kjæresten min mener jeg er avhengig av Instagram (ler).

Jeg: (ler med).

Når Hege opplever at det blir for mye å oppdatere seg på, kan det noen ganger ta mer tid enn hun synes er greit, men vi forstår også her at det dreier seg om ulike typer scrolling: En for kos og en kun for oppdatering. Det oppstår et behov hos Hege når det gjelder å få sett gjennom alt, selv om hun egentlig ønsker å bruke noe av denne tida på andre ting. Hun

forteller litt senere i intervjuet at hun ønsker å vite at hun har sett alt for å være sikker på at hun ikke har gått glipp av noe, og at hun derfor ”tvinger seg selv” til å bla gjennom. Vi ser igjen at tid og tidsbruk er et gjengående tema som stadig forhandles. Disse forhandlingene handler om balansegangen mellom hva slags nytte eller verdi som skal oppnås sett ut ifra investeringen i tiden det tar. Noen ganger kan det ta mer tid enn det er verdt, slik Hege påpeker her. Kommentaren fra kjæresten viser også at dette er forhandlinger som angår og påvirker andre deler av Hegas hverdagsliv, slik også Ask fant i sin studie av WoW-spillere (2011).

Også Håkon forteller om hvordan sosiale medier påvirker hjemmelivet:

Håkon: Jeg og samboeren min har snakka om at vi begge bruker telefonen mye. For det er sånn at hvis vi for eksempel ser på film, så spør hun ”følger du med på filmen?”, og jeg bare ”Ja, ja.” selv om jeg er på Instagram.

Håkon forteller at han bruker telefonen mye og at det av og til skjer mens han egentlig gjør noe annet. Dette kan redusere tilstedeværelsen og opplevelsen av det som i utgangspunktet skjer. Håkon forteller videre i intervjuet om at hvis han er på spillekveld med venner og noen av dem tar opp telefonene sine, er det også enklere for ham og de andre rundt å gjøre det samme. På denne måten blir aktiviteten de egentlig holdt på med, satt litt i bakgrunnen. Her kan vi si at praksisen med å ta opp mobilen har en smitteeffekt, og at den kan ødelegge for det meningsinnholdet som i utgangspunktet foregår. Da kan verdien av å tilbringe tid på sosiale medier føles viktigere. Det kan også gjøre at en selv tyr til telefonen fordi en ikke ønsker å bli sittende ”alene” uten å ha noe å gjøre når de andre ”forsvinner inn i” mobilene sine.

Ask fant i sin studie at andre hverdagsaktiviteter ofte måtte vike for at en skulle få tid til å spille WoW (2011). Også noen av informantene mine viser at vanlige hverdagsaktiviteter en gjorde før, ofte utgår i konkurransen med sosiale medier. Harald forteller at andre hverdagsaktiviteter føles vanskeligere å gjennomføre når han har sosiale medier tilgjengelig:

Harald: Jeg tror jeg blir mindre konsentrert. Det har blitt vanskelig for meg å lese bøker, og en årsak til det tror jeg er sosiale medier. Så det er en veldig dum ting, at jeg har litt problemer med å få lest bøker.

Jeg: Legger du vekk boka og tar opp sosiale medier i stedet?

*Harald: Ja, jeg leser bøker, og så får jeg veldig lyst til å sjekke mobilen, og så sjekker jeg mobilen, og da blir jeg værende på mobilen. (...) Det [å sjekke mobilen] stimulerer liksom mer. Da har du det visuelle også som stimulerer mer av hjernen da, så man får litt mer... hva skal man si, en **annen type input** da. For det å se på TV kan jeg gjøre uten å sjekke mobilen på en måte, hvis det er interessant nok.*

Harald forteller at han tror sosiale medier er en årsak til at han synes det er vanskeligere å lese bøker. Han er opptatt av at mobilbruk stimulerer mer og gir en annen type input. Dette ser vi at kan føre til at andre hverdagsaktiviteter blir satt i skyggen av det sosiale medier har å tilby. Å inneha roen og konsentrasjonen kan tenkes å være vanskeligere med den konstante tilgjengeligheten og ønsket om å være oppdatert. Hvis det tikker inn en snap eller en ny melding på Instagram midt i lesingen, kan det være vanskelig å unngå å bli distraheret. Det samme gjelder hvis behovet for å sjekke sosiale medier presser seg frem mens en leser. Også Astrid mener at bruk av sosiale medier kan gå utover andre hverdagsaktiviteter:

Astrid: Eh, det er jo gjerne litt sånn, hvis man blir distraheret av det... Hvis man sitter og jobber med lekser og det er litt kjedelig, så er det fort at man tenker "oi, jeg fikk en snap", også blir du sittende der en stund liksom.

Astrid forteller at sosiale medier kan friste mer enn lekser, og dermed kan arbeidet med leksene bli utsatt ved at hun velger å bruke tid på sosiale medier i stedet. Praksiser som å ta opp telefonen når en egentlig gjør noe annet, forteller at verdien i å bruke sosiale medier føles sterkere i øyeblikket enn å fortsette det en gjør. Informantene beskriver dette som distraksjon, men de gjør faktisk en vurdering om hva som *føles* viktigst der og da. Ofte vinner sosiale medier denne forhandlingen.

Å temme eller tilpasse sosiale medier, betyr å balansere mellom andre viktige hverdagsaktiviteter og den gjeldende teknologien. Hvis bruken av sosiale medier går negativt utover andre verdifulle aktiviteter i hverdagen, kan vi si at domestiseringen oppleves som problemfylt for dem det gjelder, men det er nettopp slike tilpasninger og forhandlinger domestisering handler om, og derfor løfter jeg dem frem. Nå vil jeg rette fokus mot hvordan sosiale koder kan spille en rolle i domestiseringen.

Sosiale koder

Flere av informantene forteller meg at det er noen normer eller *sosiale koder* på sosiale medier, blant annet knyttet til hvordan å bruke Instagram kontra Snapchat. Flere av informantene i den yngste aldersgruppen forteller spesielt om dette. De forteller om spesifikke trender og noen uskrevne regler om hvordan du bør oppføre deg på sosiale medier. En av informantene forteller også om noen som gjør en ekstra innsats for å lykkes på sosiale medier. Jeg vil i det følgende vise frem denne delen av empirien min, med fokus på ”riktig” bruk, den spesielle praksisen å lage snapfjes, hva hashtags skal eller burde bety, meningen med streaks som egen Snapchat-praksis og hvordan informantene snakker om selvrepresentasjon på sosiale medier.

5.1.9 ”Riktig” bruk

Jeg har vært inne på at det eksisterer ulike oppfatninger for hvordan man skal oppføre seg på Instagram og Snapchat. Noen av informantene forteller at de i mange situasjoner bruker sosiale medier for å spørre andre om hjelp eller råd. Noen forteller at de kan bruke sosiale medier som et verktøy til å løse hverdagslige ”problemer” som kan handle om alt fra hvilket produkt en bør kjøpe i butikken til hvordan en skal løse en bestemt oppgave. Amalie forteller imidlertid om en litt annen form for rådføring:

Amalie: Og så pleier jeg å... jeg aner aldri hva jeg skal skrive under bildet, så da pleier jeg å sende snapper på chatten der jeg legger inn bildene jeg skal sende og skriver ”disse fire bildene, hvilke to skal jeg legge ut?”

Jeg: Ja, så du rådfører deg litt?

Amalie: Ja, og jeg pleier ofte å spørre ei venninne av meg som er dritflink på Instagram. Og da spør jeg om hva jeg skal skrive under bildet og hvilke bilder som var finest og sånn.

Det Amalie forteller, handler i dette tilfellet om en form for moralsk hjelp til å gjøre vurderinger ved at hun bruker sosiale medier for å spørre om råd for hvordan hun skal oppføre seg på nettopp sosiale medier. Dette kan forstås som at det kan finnes flere *uskrevne regler* eller normer for hvordan ting skal være, og at noen av disse kan være vanskelige å orientere seg i. Amalie er helt tydelig kjent med mange av disse normene, men føler seg likevel ikke helt sikker i alle situasjoner. Ovenfor forteller Amalie at hun ofte bruker chatten på Snapchat

for å rådføre seg med ei venninne som er ”dritflink” på Instagram om hvordan hun skal gå frem angående publisering av nye bilder. Hun stoler altså ikke fullstendig på måten hun selv til nå har domestisert Instagram på, altså hennes nåværende bruk av mediet, og søker derfor veiledning hos ei venninne hun mener har en enda bedre forståelse av viktige normer på Instagram. Dette illustrerer at det er noen forventninger rundt riktig bruk, som handler om nettopp disse sosiale kodene.

5.1.10 ”Snapfjes”

Samtlige av informantene i den yngste aldersgruppen, Anne, Astrid, Amalie og Anette, forteller at det ikke er uvanlig å sende snap bare med bilde av ansiktet sitt til hverandre på Snapchat. Det kan ligne den velkjente *selfien*, men dette er en litt spesiell type:

*Astrid: (...) det er litt som å **si hei**, men du trenger ikke skrive hei. Du begynner liksom bare en samtale. Men det er jo på en måte ikke en samtale.*

Astrid forteller at det fungerer som et ”hei”. Anne forteller mer om praksisene rundt snapfjes:

*Jeg: Og pleier du å ta bilde av ansiktet ditt på denne måten **nedenfra**?*

Anne: Ja, det er alltid sånn. Det er litt vittig, for folk har som regel sitt eget snap-fjes. Mange har alltid de samme type bildene og gjør de samme bevegelsene med munnen og, ja, jeg vet ikke, folk har liksom sine egne kjennetegn eller varemerke, ikke varemerke, men litt sånn at det er det de ofte gjør når de sender snap.

Her forteller først Astrid og deretter Anne om det å sende bilde av bare ansiktet på Snapchat. Anne bruker begrepet *snappfjes* når hun snakker om dette. Dette begrepet har jeg derfor valgt å bruke når jeg refererer til dette fenomenet. Videre i det andre sitatet forklarer Anne noe om de konkrete praksisene knyttet til dette. Hun forteller at ansiktene ofte har nøytrale ansiktsuttrykk og er tatt med en kameravinkel som er nedenfra og opp. Disse bildene er ikke ment å være flatterende og fine som vi gjerne forbinder med *selfien*. Snapfjesene skal være avslappede, nøytrale gjengivelser av en selv. Slike bilder kan gjerne sendes frem og tilbake flere ganger, helt frem til den ene stopper.

Snapfjes kan sies å være et slags fenomen som har utviklet seg til å bli en del av *enkelte* brukeres praksiser på Snapchat. Fenomenet har altså gjennom sosiale normer blitt en trend blant noen brukere. Snapfjes kan dermed kalles en sosial kode, og er en måte å kommunisere på som er et resultat av en måte å domestisere Snapchat på som har nådd flere. Snapfjes-fenomenet var kjent for Anne, Astrid, Amalie og Anette, men det var imidlertid ingen av informantene mellom 25 og 29 år som rapporterte noe om dette. Kanskje kjenner også noen av disse informantene til fenomenet, men de trakk det ikke frem som noe de kjente til eller var opptatt av. Vi har sett at fortolkningsmessig fleksibilitet i SCOT-perspektivet sier noe om at det ikke er gitt at en teknologi tas i bruk i det hele tatt, eller at det skjer på den ene eller andre måten (Pinch & Bijker, 1984). Dette kan kobles til snapfjes-fenomenet ved at det bare er enkelte brukere av Snapchat som praktiserer akkurat dette. Snapfjes-fenomenet viser også tydelig at et åpent script som muliggjør mange bruksmåter, altså funksjonen å ta et bilde og distribuere det, kan ha mange meninger knyttet til seg.

Anne forteller at det er akkurat som at alle har sine egne kjennetegn eller sitt eget varemerke når det kommer til snapfjes. Det kan tolkes som at alle har sin egen vri på hvordan de praktiserer fenomenet snapfjes, og at det også blir en del av koden – nettopp at alle skal gjøre det på sin måte, men samtidig innenfor rammene som er satt og som trengs for å forbinde praksisen med riktig kode.

Det kan være interessant å sammenligne snapfjes med selfien. En selfie er også et bilde du tar av deg selv, men her er det stort sett et mål om å se nettopp flatterende ut, og selfien blir derfor gjerne tatt fra litt andre vinkler enn nedenfra og opp. Snapfjes og selfie ligner på hverandre ved at det er bilder av deg selv som er tatt av deg selv, men det virker å være ulike normer knyttet til praksisene. Kanskje kan snapfjes være en slags reaksjon på selfien med sitt glansbilde-preg? Kanskje er det noe *befriende* ved å vise seg selv som man er og ikke strebe etter å få til noe bedre? Ved å sende disse bildene frem og tilbake vil partene kunne vise at de *tåler* hverandre, noe som jo er en viktig verdi i å bygge relasjoner.

Innledningsvis i analysen så vi Anne fortelle om at hun gjerne kunne dele bilder av seg selv i joggebukse på sofaen på Snapchat, men ikke på Instagram. Vi har også sett andre informanter understreke at Snapchat er appen de gjerne deler noe hverdagslig i, mens Instagram er for det litt mer spesielle. Kanskje kan kodene på Snapchat generelt sies å være en reaksjon på kodene på Instagram, og omvendt? Det hverdagslige og ”usminkede” på Snapchat står i kontrast til

glansbilde-preget på Instagram, der du skal bygge opp en *sosial CV*, som Harald kalte det. Det kan virke som at kodene er enda ”strengere” på Instagram, der historikken lagres. Mange av informantene peker på noen av de samme kodene når det gjelder oppførsel på Instagram. Dette tyder på at det finnes noen normer som er mer etablerte blant flere enn andre. På Snapchat er det også mye som går igjen blant informantene, men her virker det imidlertid å være mer spillerom: Du skal gjøre litt som de andre, men gjerne på din egen måte, som å ha ditt eget snapfjes.

5.1.11 ”Hashtags blir for åpenbart”

Hashtags er *tagger* eller ord som skrives inn rett bak en firkant av denne typen ”#”.

Hashtaggene gjør at innlegg på Instagram kan samles og søkes opp på bakgrunn av disse ordene. For eksempel kan et bilde av en hund tagges med nettopp ordet *hund* i tillegg til andre relaterte ord som rasenavn og lignende. Søker noen på disse ordene, vil dine bilder komme opp blant flere andres. Mange hashtags kan gjøre at flere ser innleggene. Noen av informantene var innom dette emnet, men de fortalte at dette var noe de stort sett ikke brukte. Anne brukte hashtags før, men har valgt å slutte med dette. Her forklarer hun hvorfor:

Jeg: Bruker du hashtags?

Anne: Nei, det gjorde jeg alltid før, for hvis man hadde en haug med hashtags fikk man flere likes. Noen la også hashtaggene i en egen kommentar, sånn at de ligger skjult. For alle vet at hvis man legger ut en haug med hashtags er det kun for å få flest mulig likes.

Jeg: Blir det for åpenbart?

Anne: Ja, da skjønner folk hva du driver med, så det kan du ikke gjøre.

Alle informantene forteller at det er gøy å få likes, men ifølge Anne er det viktig å ikke være for frempå når det gjelder å uttrykke nettopp dette. Å sette inn hashtags under bildene på Instagram kan være en effektiv praksis for å samle flere likes, men her er Anne klar på at det vil være fare for at det blir *for* tydelig hva du er ute etter. Hennes budskap er at å ”fiske” etter likes ikke er sosialt akseptert. Hashtags avslører slik fising, og er dermed en praksis Anne unngår. Hun påpeker imidlertid at noen velger å prøve å gjemme hashtaggene i en egen kommentar som ikke er like lett for andre brukere å få øye på. Dette kan tyde på at noen brukere sliter med denne forhandlingen, eller at de rett og slett har funnet en annen løsning.

Anne har landet på at hun unngår praksisen, men andre velger en variant av praksisen som kan tyde på at de mener bruk av hashtags fortsatt har en verdi, nok til at de velger å ha dem i en egen kommentar under bildet. Også Astrid forteller at hun ikke pleier å bruke denne funksjonen:

*Astrid: Tidligere var det litt mer sånn at man tenkte at hvis man bruker hashtags, får man kanskje flere likes eller følgere, men jeg synes det er **litt unødvendig**.*

Astrid bruker ordet ”unødvendig” når hun snakker om hashtags når det gjelder å få flere likes eller følgere. Hun forteller imidlertid videre i intervjuet at hun kan bruke ”hashtags” hvis et innlegg er knyttet til en bestemt gruppe eller lignende for å samle bilder fra relaterte hendelser. Ellers nevner hun #likeforlike og #followme som eksempler på typiske hashtags hun ikke ønsker å bruke. Den førstnevnte forteller at hvis du liker det gjeldende bildet, vil du få en ”like” tilbake av vedkommende. Den siste ber deg om at du begynner å følge kontoen. Disse eksemplene kan oppleves som *for* eksponerende når det kommer til hvilken mening de har knyttet til seg, og det er kanskje nettopp derfor Astrid trekker frem nettopp disse to eksemplene. Hun føler et ubehag mot å kommunisere ut dette, selv om vi litt senere skal se at hun setter pris på å få likes.

5.1.12 ”Streaks”

”Streaks” er funksjonen på Snapchat som teller de antall dager to brukere har sendt snapper frem og tilbake til hverandre. Noen av informantene mine forteller at de ikke er opptatt av dette i det hele tatt, og at de heller aldri har vært det. Andre forteller at de er litt opptatt av det. Alle i den yngste aldersgruppen påpeker at de har vært opptatte av det tidligere da funksjonen ble lansert, men at interessen i stor grad har dabbet av nå. Amalie forteller at da funksjonen kom, endret den hennes daglige aktivitet på Snapchat:

Jeg: Hvordan forholder du deg til streaks på Snapchat?

Amalie: Jeg var litt opptatt av det før, at det var litt gøy å holde streaken. I begynnelsen var det jo helt nytt, og da var det sykt gøy å se hvor høy streak går det egentlig an å få.

Jeg: Ja.

Amalie: Og da var det veldig mye fokus på det og å sende streak-snapper hver dag, og hvis man ikke opprettholdt streaken, var det krise.

Jeg: Streak-snap, hva mener du da?

Amalie: En snap med et bilde som ikke har noen betydning der det står "streak" eller "days" eller "dager".

Jeg: Så da bare skriver du et av de ordene i tekstfeltet?

Amalie: Ja, eller det gjør ikke jeg da, for jeg synes det er sykt irriterende å få 800 sånne daglig. Det er så kjedelig.

Amalie forteller om at det var vanlig å sende mer eller mindre innholdsløse snapper hver dag bare for å opprettholde "streaken", men at dette var noe hun etter hvert oppfattet som "sykt irriterende". Streaks-funksjonen førte altså til at det ble utviklet nye praksiser blant brukerne på Snapchat på bakgrunn av noen felles koder om at det var viktig å opparbeide "streaken" eller "dagene". Amalie bruker begrepet "streak-snaps" om disse praksisene som inneholder å sende snapper der det kun står "streak", "days" eller "dager". Disse praksisene var da så innarbeidet at man kunne sende denne og forvente at mottakeren skjønnte hva som var meningen bak praksisen. Det samme begrepet dukket også opp i NRK-reportasjen "Slukt av Snap" (Støstad, 2017), der vi også så unge mennesker fortelle om deres forhold streaks-funksjonen. Begrepet "streak-snaps" har dermed etablert seg blant mange som et uttrykk for en spesiell praksis. Anne forteller også om at hun tidligere har vært opptatt av streaks og at dette endret måten hun brukte Snapchat på:

Jeg: Ja, så du sier at du noen ganger holder kontakt med noen selv om du egentlig ikke har så veldig lyst til å prate med dem, men bare for å opprettholde streaken?

*Anne: Ja, ja. Absolutt. Noen venner av meg har streak med sånn hundre personer, det er jo helt vilt, de er bare sånn **snap-gale**, jeg vet ikke (ler). Jeg var veldig opptatt av det før, men i det siste har jeg vært mer sånn at de streak-greiene er jo bare ... Jeg var oppe i noe sånn 300 dager eller noe sånn, og da var jeg helt avhengig, måtte bare sende snap, og når jeg skulle bort måtte folk "passe streaken min", det høres jo helt dumt ut. "Passe streaken", det høres jo helt dumt ut.*

Jeg: Og når du sier det, mener du at du har gitt dem brukernavnet og passordet ditt?

Anne: Ja (ler). "Passer streaken til (navn) i helga" (ler). Jeg tenkte over det, det høres jo helt krise ut.

Det Anne her forteller om, å være ”snap-gal” og å få noen til å passe streaken, og hvor fjernt hun synes dette er, samsvarer med Amalies opplevelse. Dette viser at brukerne kan la seg fange av en ny funksjon fra app-utviklerne, men også at de evner å bryte med den nye praksisen hvis den opplevde verdien ikke er høy nok. I NRK-reportasjen ”Slukt av snap” kan vi se at det også er flere som har hatt samme behov som Anne når det gjelder å la andre ”passe streaken” når de selv ikke har hatt tilgang på internett (Støstad, 2017). Her kan vi si at mange brukere domestiserte funksjonen på en måte som mer eller mindre samsvarer med scriptet til funksjonen ved at de ble opptatt av å opparbeide et høyt antall streaks og av ikke å miste det de hadde oppnådd. Gjennom å innføre nettopp denne funksjonen fikk Snap Inc. økt aktivitet på Snapchat. Noen ble imidlertid helt oppslukt av denne funksjonen og brukte mye energi på å ikke ”miste” streaken de hadde opparbeidet sammen med andre brukere. Streaks ble ifølge Støstad (2017) for mange en avhengighet der det oppstod desperasjon hvis ikke de fikk sendt streak-snaps. Jeg finner imidlertid at dette synes å være noe som går over blant mine informanter.

Vi har nå sett domestiseringspraksiser som har problematiske sider ved seg knyttet til streaks. Når det utvikles praksiser som blir til avhengighet og fremkaller følelser som desperasjon, er det noe som kan gå negativt utover andre deler av hverdagen. Annes historie kan også tyde på en tidligere domestisering som ble oppslukende. Når Anne nå tenker tilbake på tiden der andre måtte ”passe streaken” hennes, ler hun og kaller det ”krise”. Det virker tydelig at hun er glad for å ha gitt slipp på jaget etter streaks. Dette viser også at praksiser endres, altså at domestisering er en prosess som pågår kontinuerlig. Nye funksjoner og oppfatninger kan endre etablerte praksiser.

Harald forteller på den annen side om et litt annet forhold til funksjonen. Han har en kjæreste som setter pris på streaks, og han synes derfor selv også at det kan være ”litt koselig”. Han forteller imidlertid at dette dreier seg om snapper med innhold, og da gjerne en hyggelig form:

Harald: Det blir liksom sånne morsomme emojis og sånne ting da. Så det er jo hyggelig, men det er ikke noe jeg i utgangspunktet har vært så veldig opptatt av.

Harald nevner ingenting om ”streak-snaps” eller avhengighet knyttet til å opprettholde streaks. Han forteller om det som et hyggelig innslag i hverdagen, men noe han ikke er spesielt opptatt av. Videre forteller han at det er litt trist hvis han har opparbeidet en ”streak”

med noen og denne havner på null, men han er rask med å understreke at verden på ingen måte raser sammen av den grunn. Her er både praksisen og meningsdannelsen forskjellig fra dem som forteller om utallige streak-snaps og avhengighet, og det kan sies å være en mindre problematisk domestisering Harald har gått gjennom ved at det ikke går negativt utover andre hverdagspraksiser. Noen av informantene har avvist funksjonen helt. Hanne forteller at det med ”streaks” ikke er noe hun bryr seg om:

Jeg: Hvordan forholder du deg til streaks på Snapchat?

Hanne: (ler) Nei, det fikk jeg først vite da jeg var på ferie. Venninna mi som var med viste meg det, så det har jeg ikke noe forhold til (ler).

Jeg: (ler med) Du har ikke lagt merke til den lille flammen og tallet?

Hanne: Jo, men jeg har bare ikke brydd meg.

Hanne har aldri vært opptatt av streaks. Hun har på den måten avvist funksjonens script fullstendig. Hun har lagt merke til den lille flammen og tallet som viser antall streaks, men har ikke blitt nysgjerrig nok til å bruke tid på å finne ut av hva det egentlig dreier seg om, og har derfor heller ikke endret praksisene sine knyttet til Snapchat som følge av dette. Streaks har ingen verdi for Hanne. Dette viser at domestiseringen av Snapchat med alle dens funksjoner og muligheter skjer på veldig forskjellige måter blant brukerne, men at dette avhenger av hva slags opplevd verdi de får ut av Snapchat. Det noen blir hekta på, synes andre er helt uinteressant. Dette viser også at det ikke er noen automatikk i hvilke effekter en app skaper. Det er ikke sånn at *alle* blir avhengige, i alle fall ikke av de samme funksjonene og effektene.

5.1.13 Blir vi noen andre på sosiale medier?

Vi har nå sett mange måter vi tilegner oss nye praksiser på, som følge av vår ulike bruk av sosiale medier. Praksiser handler om å *gjøre* noe, som igjen henger sammen med atferden vår. Gjennom analysearbeidet har jeg funnet atferdsendringer hos informantene som dreier seg om mer enn det jeg vil kalle endring av hverdagspraksiser. Mange øyeblikk deles på sosiale medier hver dag, men hvilke øyeblikk er dette? I utgangspunktet tenker vi gjerne at disse dreier seg om noe som finner sted uavhengig sosiale medier, men som deles fordi vi har muligheten til det. Anne forteller at dette også kan foregå på andre måter:

Anne: Man tar jo ofte bilder for Instagram, i stedet for å bare ende opp med å ha et bilde som passer. Jeg har noen venninner som typisk går rundt og legger planer om at de skal ta bilde til Instagram, og har tatt på seg bestemte klær og drar til bestemte plasser og sånn på grunn av det. Og tar da bilder som passer til deres feed.

Som Anne forteller, handler ikke nødvendigvis alle øyeblikkene på sosiale medier om noe som ville funnet sted hvis ikke det hadde vært for nettopp sosiale medier. Noen av øyeblikkene som deles, er derimot nøye planlagt i forkant. I stedet for å dele ting man i utgangspunktet gjør, forteller altså Anne at det er noen som velger å *tilpasse aktiviteter* i hverdagen slik at innholdet skal passe Instagram bedre. Dette er et helt tydelig eksempel på at hverdagen, så vel som teknologien, domestiseres og tilpasses som følge av at teknologien er til stede i livet vårt.

I tillegg til å være et tydelig eksempel på domestisering der hverdagen tilpasses, kan dette også sies å være et resultat av den kognitive dimensjonen av domestisering, som handler om læring. Når vi tilpasser aktiviteter til sosiale medier, forteller dette noe om at vi har tilegnet oss kunnskap om koder med tilhørende praksiser og opplevelser av verdi. På bakgrunn av dette endrer vi atferd ved at vi gjør ting vi ellers ikke hadde gjort fordi vi vet at det vil *passer inn* i disse kodene. Vi kan dermed si at noen av oss motiveres av sosiale medier til å gjøre disse tingene.

På Instagram har vi blant annet muligheten til å legge igjen *kommentarer* til det andre legger ut. Her kan vi skrive komplimenter eller meninger knyttet til det som er publisert, men skriver vi da det samme som vi ville sagt ellers? Astrid mener at noen kan finne på å ”slenge inn” en kommentar selv om de egentlig ikke mener så mye med det:

*Astrid: Jeg synes de har blitt litt **overfladiske**. Spesielt jenter kommenterer jo gjerne sånn ”Å, du er så nydelig” eller ”Du er smellvakker”, også prøver de å **finne på en litt sånn kreativ kommentar** og bruke litt engelsk eller ja, og da er det ofte det er sånn at ”Vi er ikke så gode venner, men jeg slenger inn en kommentar”, og det er ikke alltid jeg føler at de kommentarene er så veldig meningsfulle.
Jeg: At ikke de er helt oppriktige?*

Astrid: Ja, noen føler jeg det gjelder for, men så merker man litt ut ifra hvor mange kommentarer som kommer på et bilde i forhold til et annet, at det som det kommer flest på, er det kanskje flere som synes var finere.

Vi vet at sosiale medier, og i dette tilfellet Instagram, tilbyr visse muligheter for kommunikasjon vi ellers ikke ville hatt. Kanskje bruker vi disse mulighetene til å kommunisere ut budskap vi ellers ikke ville gjort? Astrid forteller om en *kommentar-kultur* på Instagram som skiller seg fra måten hun synes folk snakker til hverandre ellers. Hun gir uttrykk for at hun ikke alltid får inntrykk av at alle kommentarer er oppriktige. Dette er samtidig noe de fleste av oss også kan kjenne igjen fra ansikt-til-ansikt-kommunikasjon. Noen velger å smiske, kanskje spesielt med mennesker de ønsker oppmerksomhet eller noe annet fra. Dette kan også gjelde på sosiale medier, men det virker samtidig som det kan være en *egen måte* å kommentere på her. Astrid forteller at mange prøver å komme på en "litt sånn kreativ kommentar og bruke litt engelsk". Dette kan forstås som en praksis som springer ut av visse sosiale koder om hva som er forventet av deg å gjøre på sosiale medier.

5.1.14 Selvrepresentasjon og anerkjennelse – om strategier for å få likes

Når Turkle skriver om virtuelle verdener knyttet til spill, skriver hun at disse virker forlokkende fordi de tilbyr muligheter for et sosialt liv der du kan være den du ønsker å være (2011, s. 158). Du kan lage deg en karakter, eller en *avatar*, som ser ut som og oppfører seg akkurat slik du vil at den skal. Selv om dette gjelder spesielt når det kommer til spill, mener jeg dette også gjør seg gjeldende til en viss grad på sosiale medier. Vi har sett flere av informantene fortelle om høy terskel for hva som deles på Instagram. Det er først og fremst et sted for de ekstra fine bildene og de spesielle hendelsene. På denne måten kan vi si at vi også på Instagram presenterer oss selv på en måte som ikke nødvendigvis står helt i samsvar med personene vi er utenfor sosiale medier. Vi har muligheten til å "skape" oss selv på nytt og lage et glansbilde av oss selv. Dette kan føre til et press om å gjøre visse praksiser for å bli anerkjent:

Anne: Jeg tenker at uten sosiale medier hadde det for det første vært sykt mye mindre press, folk hadde sluppet det stresset og det jaget etter å se veldig bra ut, gjøre sånn og sånn, gjøre som alle andre, se ut som alle andre, trene sånn, altså, alle de der tingene, spise den maten, altså...

Anne kjenner altså på press knyttet til jaget om en bestemt type selvrepresentasjon på Instagram. Hun følger likevel kodene og ønsker seg likes, men synes i bunn og grunn at dette er knyttet til mye stress i form av forventinger. Hun tillegger altså likevel praksisen verdi, men må stadig forhandle med seg selv. På domestiseringspråket kan vi si at den måten Anne har temmet sosiale medier på, speiler både et ønske om å fremstå som vellykket på Instagram og som avslappet på Snapchat. Å bli anerkjent betyr dermed noe annet på Snapchat enn på Instagram. Dette sier noe om de ulike typene relasjoner og relasjonsbygging som mediene brukes til.

Anne forteller at det på Instagram er et jag om å gjøre ”sånn og sånn”, ”trene sånn” og ”spise den maten”. Dette er helt bestemte faktorer hun mener har betydning når det kommer til å lykkes på sosiale medier og fremstå på ”riktig” måte. Gjør du disse tingene, kan du regne med å bli anerkjent av flere. Å bli anerkjent er et behov hos alle mennesker, men det virker å være enda større blant enkelte brukere på sosiale medier. Praksiser for å anerkjenne den andre er en sentral del av å gjøre relasjoner. Når vi gjør relasjoner, blir vi kjent med og anerkjenner hverandre, og vi blir samtidig kjent med oss selv. Vi bygger vår identitet i relasjon med andre, og i denne prosessen er anerkjennelse fra de rundt oss en viktig faktor for hvordan vi ser på oss selv. Jeg er gåt ikke inn på identitet som et psykologisk fenomen i denne studien, men jeg er opptatt av hvordan identitet henger sammen med å gjøre relasjoner gjennom praksiser.

Instagram og Snapchat tilbyr et sett med funksjoner som alternativer til nye måter vi kan anerkjenne hverandre på. På Instagram kan vi for eksempel anerkjenne ved å *like* bilder andre legger ut, eller så kan vi *kommentere* noe under bildet. Vi kan også *tagge* hverandre i innlegg for at det samme innlegget skal komme opp hos noen vi tenker at vil sette pris på det. Snapchat tilbyr ikke de samme funksjonene for denne typen anerkjennelse, men det er gode muligheter for å anerkjenne her også, bare på andre måter. Å motta snapper fra andre, samt å ha en høy streak-score med noen, kan her være eksempler på måter å anerkjenne hverandre. Disse er imidlertid ikke like synlige for andre brukere som de nevnte funksjonene på Instagram er. Flere av informantene mine forteller at anerkjennelse på sosiale medier er viktig. Astrid, som ikke direkte vil oppfordre til likes ved hjelp av hashtags, forteller at likes er noe hun tror de fleste brukere av Instagram setter pris på:

*Astrid: Det er jo ... De fleste som synes det er litt gøy med Instagram, synes jo også det er veldig gøy å få litt likes. **Det er jo en slags bekreftelse.** Jeg synes det er veldig gøy hvis jeg vet at jeg har en rekord på et antall likes, å se om jeg kan slå det.*

Å gi noen en ”like” er en praksis med et ganske tydelig meningsinnhold. Det er et uttrykk for at man setter pris på det vedkommende har publisert, og kan dermed også føles som en personlig anerkjennelse, eller som Astrid sier, en slags bekreftelse. Hun liker å ha en konkurranse med seg selv for å se hvor mange likes hun kan få og synes det er gøy når andre viser at de setter pris på det hun legger ut. Hun sier at hun tror de fleste synes likes er gøy, men at hun ikke tror at alle ønsker å innrømme at dette er en viktig bekreftelse:

*Astrid: Man leiter jo gjerne litt etter en **følelse** av bekreftelse. Det er jo ikke alle som innrømmer det, men de fleste synes nok det er gøy med en positiv tilbakemelding og at det er gøy at noen liker det du gjør og holder på med.*

Anette er en annen som også er tydelig på at hun synes likes er viktig:

Anette: Hvis folk kommer inn på profilen min og tenker ”Oi, hun har mange likes!”, så er jo det gøy. Det høres jo veldig teit ut å si, men jeg vet ikke, jeg tenker det i hvert fall.

Jeg: Hva føler du når du får mange likes på et bilde?

Anette: Det er jo en god følelse. Det er jo gøy! Det har hendt at jeg har lagt ut et bilde uten å få mange likes, og da endt opp med å slette det.

Astrid sier at hun ikke tror alle ønsker å innrømme at de er opptatt av likes. Når Anette forteller at hun synes det er gøy med likes, legger hun kjapt til etterpå at det høres teit ut å si. Dette er interessant å se i sammenheng med det vi har sett Anne og Astrid fortelle om bruk av ”hashtags”. Anne forteller at dette er en funksjon som kan gi flere likes, men ingen av dem ønsker å bruke denne funksjonen for å oppnå dette. Anne forklarer dette med at ”da skjønner folk hva du driver med”. Det eksisterer dermed en oppfatning eller en kode om at det er negativt å være for tydelig på at du er opptatt av likes, dette til tross for at du er aktiv på sosiale medier og gjør alle de ”riktige” tingene ellers.

Å være opptatt av likes er å være opptatt av en type anerkjennelse. Alle liker og trenger

anerkjennelse, men det kan ifølge noen av mine informanter være vanskelig å innrømme, eller i hvert fall uttrykke tydelig. Det har høy verdi å få likes fordi det oppleves meningsfylt, men det skal ikke bli gitt fordi det er en forventning å få dem, det skal være fordi andre *genuint* liker det man deler. Jeg får inntrykk av at noen av informantene synes det er litt uvant å prate om hvorfor de vil ha likes, men de er samtidig reflekterte når det gjelder dette spørsmålet. Grunnen kan føles åpenbar, samtidig som det ligger noe i det som mange av oss ikke tenker over så ofte.

Det eksisterer også mer skjulte praksiser enn hashtags med den samme meningen knyttet til seg. Anne forteller videre at hun tenker over hvilket tidspunkt på dagen hun publiserer noe på Instagram:

Anne: Det er jo liksom sånn at når jeg legger ut Instagrambilde, må jeg passe på tidspunktet jeg legger ut bildet for å få flest mulig likes liksom.

Rett timing er altså sentralt. Hun forklarer at på ettermiddager og kvelder er flere folk hjemme og aktive på sosiale medier, og derfor har tidspunktet hun publiserer betydning for hvor mange likes hun får. Å være strategisk når det kommer til når hun publiserer innhold, er en praksis som i utgangspunktet kan virke helt tilfeldig for andre brukere, og hun risikerer derfor ikke i like stor grad å være for tydelig på at hun er opptatt av likes. Vi kan dermed si at motivet i større grad skjules for andre brukere ved hjelp av denne strategien for å oppnå likes sammenlignet med hashtags. Fordi den er mer subtil, virker en slik like-strategi derfor å være å foretrekke.

Likevel forhandler Anne stadig med seg selv om denne strategiens fulle verdi. For, som hun forteller etterpå, så synes hun at det er veldig dumt at hun faktisk tenker på den måten. Dette går igjen blant flere av de yngre informantene. Det kan føles ”teit” å være opptatt av likes, og det er en oppfatning om at mange ikke innrømmer det, i tillegg til Annes oppfatning om at det er dumt at hun tenker over hvordan hun kan få flere likes. Med tanke på hvordan mange av informantene har beskrevet Instagram, ville det heller slått meg som merkelig hvis de ikke hadde vært opptatt av likes eller anerkjennelse ved at det er såpass høy terskel for å legge ut noe. Også informantene i den eldste aldersgruppen forteller at de er opptatt av likes:

Hanne: Det er jo alltid gøy med likes, men det er ikke noe sånn at jeg higer etter å få

*mest likes, det gjør jeg ikke. Men selvfølgelig, det er jo... jeg la ut kanskje for en uke siden, og det er jo gøy når man ser at man får likes og at **det er litt mer enn forrige gang.***

I likhet med Astrid, forteller også Hanne om at hun har en slags konkurranse med seg selv når det kommer til antall likes. Tall er viktig: Hun synes det er gøy å få litt mer enn forrige gang hun publiserte, altså øker verdien med antall likes, men hun understreker samtidig at hun ikke higer etter å få mest mulig likes. Hanne uttrykker dermed en litt mer avslappet holdning knyttet til likes. Dette kan godt være tilfelle, men ut ifra det andre informanter har vært inne på knyttet til dette emnet, vet vi også at det kan være vanskelig å innrømme overfor seg selv og andre hvor viktig likes er. Det kan imidlertid synes som om det har mer verdi for de yngre brukerne. Også Håkon virker å ha et mer avslappet forhold til likes:

*Håkon: Man bryr seg jo litt om det. Men det har mye å si med bildene man legger ut da tenker jeg. Jeg føler jo at hvis... si jeg legger ut et bilde jeg synes er fint, også får jeg veldig få likes. Da tenker jeg jo at folk kanskje ikke synes det bildet var like fint som jeg synes. Men det er ikke sånn at det bryr meg veldig mye. Det hadde kanskje vært annerledes hvis jeg la ut masse bilder av meg selv eller hadde **et litt annet fokus** da.*

Håkon bryr seg litt om likes, men jeg forstår på ham at han har en oppfatning om at jo mer selvfokuserte bilder en legger ut, jo viktigere er det med likes. Han forteller videre at han tror at nettopp å legge ut bilder av seg selv ville gjort betydningen av likes viktigere, men understreker at dette er noe han selv gjør sjelden. Håkon forteller likevel at likes er viktig for ham, men bare til en viss grad. Anne forteller om at hun får et høyere antall likes når hun legger ut bilder av seg selv:

Anne: Det kommer litt an på hvilket bilde jeg legger ut da, hvis jeg legger ut et bilde av meg selv, av bare meg, så får jeg som regel veldig mange likes. Jeg vet ikke helt hvorfor, det kan være fordi folk tenker at "Oi, nå har hun vært veldig modig". Det er jo litt sånn skummelt å bare legge ut et bilde av seg selv og tenke at det bildet der var veldig fint, og det vil jeg at andre skal se.

Anne opplever å få flest likes når hun legger ut nettopp bilder av seg selv. Dette er da en

annerledes type strategi for å få likes. Hun forteller at dette er skummelt å gjøre fordi det er eksponerende. Det er ekstra skummelt, men det gir ekstra god uttelling. Og kanskje Håkon også har rett i at det nettopp er likes knyttet til disse bildene som oppleves som de mest verdifulle.

Anne sier at det er skummelt å legge ut bilde av seg selv og tenke ”det bildet der var fint, og det vil jeg at andre skal se”. Her synes jeg at hun er inne på noe av det som virker å være kjernen bak alt som legges ut på Instagram. Alle informantene har sagt at det er fine bilder de er fornøyde med de legger ut på Instagram, og at de selvsagt ikke ville lagt dem der hvis ikke de ville at andre skulle se dem. Det Anne her sier eksplisitt, kan dermed knyttes sammen med alle informantenes oppfatninger. På bakgrunn av dette kan vi si at det er eksponerende å legge ut bilder nettopp fordi du samtidig kommuniserer ut noe veldig personlig: din egen smak og noe du selv synes er fint. Når dette gjelder et bilde av deg selv, kan ubehaget og fallhøyden føles enda større og mer personlig. Det er ikke nødvendigvis så ofte ellers at vi forteller andre at vi synes vi ser fine ut. At det da er viktig å bli anerkjent, er ikke vanskelig å forstå.

5.1.15 Status

Jeg har nå vist at fremtreden på sosiale medier og anerkjennelse av denne kan være viktige for oss når vi gjør relasjoner med andre og samtidig gjør identiteten vår. Instagram spiller for noen en viktig rolle når det gjelder disse punktene, men kan med sine mange sosiale koder være stressende å forholde seg til og føre til et press om hvordan man bør oppføre seg på sosiale medier. Snapchat blir beskrevet som litt mer avslappende i stilen, selv om den er masete med sine stadig innkommende snapper. Både Snapchat og Instagram brukes for å oppnå noe. Flere av informantene mine forteller at ferdigheter på sosiale medier er tett knyttet til sosial status:

Anne: Jeg har noen venner som er typisk veldig populære, som er typ med i den mest populære gjengen på skolen da, og de snapper jo veldig, veldig mye. Jeg ser jo bare når de åpner telefonen sin at det er så mye snapper der at jeg blir helt gal liksom. Da tenker jeg ”åh, at du orker det”.

Jeg: Tenker du at de folkene som er veldig populære ofte bruker sosiale medier mye?

Anne: Ja, veldig. Det hører liksom med i de sin rolle om å være populær. Da må de ha bra Instagramprofil, den må se sånn ut, de må ha så-så mange følgere, de må legge ut visse bilder sammen med visse personer. Ja, det er jo sånn.

Jeg har tidligere vært inne på det som handler om å oppføre seg ”riktig” på sosiale medier, og Anne snakker her om både Snapchat og Instagram om hverandre. Det Anne forteller, er at det å være ”på” er noe som følger med i rollen som populær. Et menneskes popularitet kan dermed knyttes direkte til hvordan vedkommende oppfører seg på sosiale medier. Det forteller meg noe om hvor stor betydning dette kan ha når det gjelder nettopp å gjøre relasjoner til andre, så vel som egen identitet. Ut ifra Annes oppfatning kan vi si at hvis du oppfører deg ”riktig” på sosiale medier, vil også flere ønske å være venn med deg og anerkjenne det du gjør. Det vil kunne gi deg flere, og kanskje også bedre, relasjoner, i tillegg til mer anerkjennelse knyttet til egen identitet. Denne verdien kan måles i antall på flere måter: gjennom likes, positive kommentarer, følgere, snapper og streaks.

Vi har tidligere sett Anne fortelle at hun tror vi ville sett hverandre mer hvis det ikke hadde vært for sosiale medier. Videre har hun også fortalt at hun mener sosiale medier, nærmere bestemt Instagram, gjør at vi kun viser frem visse deler av oss selv, og dermed ikke *hele oss*. Vi ser veldig mye av det gode, men ikke så mye av det andre. Når vi skal representere oss selv på sosiale medier, må vi ta hensyn til alle de sosiale kodene og på denne måten bygge opp visse *ferdigheter* for å lykkes. På denne måten kan sosiale medier ligne på nettopp spill, der glansbildet av oss selv er avataren vi spiller med (Turkle, 2011). De som er flinke til å følge spillereglene, vinner i form av høyere antall likes, kommentarer osv., og oppnår samtidig sosial status. Dette kan føre til tydelige sosiale skiller mellom mennesker, noe som for noen kan gå negativt utover det sosiale på samme måten som det kan virke positivt for andre. Dette kan forårsake en uro for ikke å lykkes og en oppfatning om at verdien din henger sammen med responsen du får på sosiale medier, slik som ungdommene i serien *Uro på NRK*, uroet seg for (NRK, 2019).

På Instagram viser det seg som tydelig hvem som lykkes og hvem som ikke lykkes når det gjelder antall følgere og likes, og også når det gjelder hvem brukerne ”tar bilde sammen med”, som Anne nevnte. På Snapchat finner vi imidlertid ikke den samme offentligheten, og her foregår mye av kommunikasjonen mellom to og to brukere eller i lukkede grupper. Denne typen bruk har vi sett at for noen av informantene kan føre til at de møtes oftere, noe vi kan se

i sammenheng med Brandtzægs (2012) studie om økt sosial kapital som følge av aktiv bruk av sosiale medier til å kommunisere. En av faktorene han brukte for å definere sosial kapital i denne studien, var nettopp flere ansikt-til-ansikt-møter. Jeg vil videre diskutere hvorvidt sosiale medier gjør oss mer eller mindre ensomme i lys av Turkles (2011) påstand: ”We expect more from technology and less from each other”.

Mer eller mindre sosial?

Så hva sier mine brukere om hvorvidt de mener de blir mer eller mindre sosiale av å bruke sosiale medier? Dette spørsmålet avhenger av hvordan begrepet ”sosial” skal forstås, og informantene mine har ulike oppfatninger om akkurat dette. Betyr å være sosial først og fremst å kommunisere ansikt til ansikt, eller kan det også innebære å snakke på Snapchat? Det er forskjell på ansikt-til-ansikt-kommunikasjon og kommunikasjon gjennom sosiale medier. Det ligger ulike muligheter i disse måtene å kommunisere på, men velger vi det ene fremfor det andre?

5.1.16 Mindre sosial?

Turkle (2011) hevder blant annet at ”teknologi tilbyr oss substitutter for å kommunisere ansikt til ansikt” (s. 11, min oversettelse) og at ”vi heller vil tekste enn å snakke” (s. 1, min oversettelse). Hun trekker her tydelig et skille mellom det som skjer på nett, og det som skjer ”i det virkelige liv”, og hennes eget normative standpunkt kommer til syne: Å tekste har ikke den samme verdien som å snakke for Turkle, og med andre ord bør det ”vanlige” sosiale livet trumfe det som skjer på nett. Når det gjelder dette, er mine informanter delte i oppfatningene sine:

Jeg: Hvilke funksjoner tenker du at sosiale medier har i livet ditt?

*Anette: Det blir jo litt det med å **ha kontakt** med folk da. Hvis man skal se det fra positive og negative sider, kan det jo være det at det er så lett å bare snakke på Snapchat at det kanskje blir litt sånn ”Nei, vi gidder ikke å møtes, nå har vi snakka i dag” liksom. Men det har både positive og negative sider ved seg.*

Anette mener at kommunikasjonen via sosiale medier i noen tilfeller kan redusere behovet for ansikt-til-ansikt-møter. Hun forteller om ”positive og negative sider” i sitatet, men gir ikke

noe mer konkret informasjon om dette. Det Anette forteller i sitatet, kan settes i sammenheng med det Turkle (2011) hevder om at vi heller vil tekste enn å snakke på den tradisjonelle måten. Jeg oppfatter imidlertid at Anette ikke drar det samme skillet mellom å tekste og å snakke, som Turkle gjør. For Anette er begge deler å snakke. Videre forteller hun at det samtidig er den fysiske kommunikasjonen hun mener er å være mest sosial:

Jeg: Hvordan tror du hverdagen hadde vært annerledes uten sosiale medier?

*Anette: Jeg tror man hadde vært **mer sosial**.*

Jeg: Ja.

*Anette: Og kanskje at man også hadde hatt kontakt med **færre venner**. Men jeg tror nok likevel man hadde vært mer sosial.*

Jeg: Ja, for tenker du at det å være sosial face to face er å være mer sosial enn å være sosial via Instagram eller Snapchat?

Anette: Ja, ja. Selvfølgelig. Det tenker jeg i hvert fall.

Når sosiale medier bidrar til færre ansikt-til-ansikt-møter for Anette, samtidig som det er disse møtene hun setter høyest når det gjelder hva som er mest sosialt, kan vi si at dette på én måte samsvarer med Turkles oppfatninger om teknologibruk knyttet til ensomhet gjennom at vi ser hverandre mindre. Anette nevner ikke noe om ensomhet, men forteller at hun tror hun ville vært *mer sosial* uten sosiale medier. Sett sammen med uttalelsen om kontakt med færre venner, men likevel mer sosial, står dette i motsetning til hva jeg tidligere har vist, at sosial status avhenger av antall følgere og likes, som igjen tyder på at det er flere måter å være sosial på, eller at sosiale medier som Snapchat og Instagram *utvider* måtene å være sosial på. Brandtzæg (2012) kom frem til at mange av dem som bruker sosiale medier først og fremst til å kommunisere med andre, gjerne ville kunne oppleve økt sosial kapital som følge av dette bruksmønsteret. Dette står på én måte i motsetning til Anettes opplevelse ved at hun mener at hun ville vært mer sosial uten sosiale medier. Brandtzægs studie kan likevel være i samsvar med det Anette sier om at hun ville hatt færre venner uten sosiale medier, og at hun dermed har flere kontakter med sosiale medier.

5.1.17 Mer sosial?

Det er ikke alle som deler Anettes oppfatning om at ikke å bruke sosiale medier vil gjøre en mer sosial. Vi har sett noen av informantene fortelle at for eksempel å sende noe morsomt på

privatmelding på Instagram eller å åpne en snap fra noen andre i mange tilfeller kan fungere som en samtalestarter. Dette argumenterer jeg for at kan fungere som en sosial ressurs. Håkon og Harald forteller videre at denne typen kontakt også kan bidra til at de i større grad avtaler å møtes med dem de snakker med:

Harald: Men det er litt oftere at man kanskje sender et bilde, og så ”apropos, skal vi gjøre noe en dag?”, så det kan jo være at det bidrar til å faktisk være litt mer sosial da. For meg er det heller det. Det er ikke sånn at jeg får min dose mennesker ved å se hva andre gjør på Snapchat.

Harald er åpen for at hans bruk av sosiale medier bidrar til å gjøre ham **mer sosial**. Han får ikke ”sin dose mennesker” av å se hva de gjør på Snapchat, men synes kontakten gir en god arena for å avtale ytterligere kontakt i form av ansikt-til-ansikt-møter. Noe av det samme sier Håkon:

Håkon: (...) Det kan føre til at vi da lettere finner ut at vi vil møtes, fordi vi har kontakt. Jeg tror det er større sjanse for det enn at det blir sånn at ”nå har vi snappa litt de tre siste ukene, så da trenger vi ikke møtes”.

Håkon virker å dele Haralds oppfatning om sosiale medier som en arena der ansikt-til-ansikt-møter gjerne avtales og planlegges. Han skisserer også opp et eksempel som står i motsetning til det vi så Anette fortelle. Det er likevel forskjell på hvordan de tilnærmer seg temaet. I eksempelet sitt nevner Håkon en tidsramme på tre uker, mens Anette i sitt eksempel snakker om hyppig kommunikasjon gjennom én dag. Kanskje kommunikasjonen Anette refererer til, er en annen type kommunikasjon enn Håkon pleier å ha med sine venner gjennom sosiale medier.

Det er mer som tyder på at informantene har forskjellige typer interaksjon med venner og bekjente gjennom sosiale medier. For eksempel har vi blitt kjent med interaksjonen gjennom *snappjes* som ble trukket frem av de yngste informantene, Anne, Amalie, Astrid og Anette. Anette, som av og til sender *snappjes*, uttrykker at kontakt via sosiale medier kan gjøre at hun og den hun har hatt kontakt med, kanskje finner ut at de ikke trenger å møtes likevel. Harald og Håkon, som ikke har nevnt noe om *snappjes*, tenker motsatt, og mener at kontakt på sosiale medier heller fører til flere møter enn færre. *Snappjes* kan i denne sammenhengen være et

eksempel på en type bruk som kan bidra til å endre behov, men sannsynligvis ikke det alene. Det er likevel noe som tyder på at måten ulike brukere domestiserer de sosiale mediene på, spiller en rolle i hvilke behov som utspiller seg. Dermed kan altså typen interaksjon informantene har med sine venner og bekjente på sosiale medier, bidra inn i svaret på spørsmålet om interaksjon på sosiale medier bidrar til flere eller færre fysiske møter.

5.1.18 Flere måter å være sosial på

Astrid forteller ikke om færre fysiske møter som følge av hennes bruk av sosiale medier. Hun forteller imidlertid at hvis ikke hun og vennene hennes har noe spesielt å finne på når de er sammen, hender det ofte at alle sitter i samme rom med hver sin telefon. Dette beskriver hun som noe avslappende og koselig.

Astrid: Ja, det blir en veldig avslappa situasjon der man ikke trenger å snakke så mye, men fremdeles har selskap.

Jeg: Ja, så at det er koselig å ha noen der, selv om ...

Astrid: Ja, det er en måte å være usosial på en sosial måte, holdt jeg på å si (ler).

Når Astrid og vennene hennes bruker telefonene sine når de er sammen, blir nødvendigvis oppmerksomheten og kommunikasjonen litt oppdelt mellom ”her og nå” og sosiale medier. For Astrid kan det føles avslappende å bruke sosiale medier når hun er med andre, men dette betyr ikke at hun ikke setter pris på å ha selskap rundt seg. Det er dermed en annen måte å være sosial på, en bruker sosiale medier i fellesskap uten at dette fører til en følelse av ensomhet eller å være utenfor. Håkon forteller også at noen bruker en del tid på sosiale medier selv om de er sammen med andre, men har en litt annen opplevelse av dette enn Astrid har:

Jeg: Ja. Tenker du at sosiale medier bidrar til at du har mer kontakt med flere?

Håkon: Ja, det gjør egentlig det. Men det ene er jo på en måte at folk bruker jo så mye mer tid på skjermer, nå høres jeg gammel ut, i stedet for å bare henge sammen da, det kan man jo snakke om. Men det å ha kontakt med folk og holde kontakten med de man ikke ser så mye ellers, sånn sett synes jeg det fungerer veldig bra.

Jeg forstår på Håkon at han ikke i utgangspunktet er så positiv til å ”bruke tid på skjermer i stedet for å bare henge sammen” når man først er sammen. Han har dermed en annen oppfatning enn Astrid har når det gjelder å sitte sammen med noen og da bruke tid på sosiale medier. Dette kan igjen ha sammenheng med hvilken type kommunikasjon disse informantene har med sine kontakter via sosiale medier. Hvilke behov får de dekket på sosiale medier, og hvilke behov må dekkes på andre måter? Jeg har allerede nevnt snapfjes som et eksempel på en kommunikasjonsmåte som kan føles nærere fordi man kan se hverandres ansikt. Dette kan være en praksis som bidrar til å viske ut grensene mellom ansikt-til-ansikt-kommunikasjon og kommunikasjon på sosiale medier, og kan på den måten føre til at Astrid ikke er kritisk til å bruke sosiale medier når hun er sammen med andre. Jeg tror imidlertid ikke at denne koden alene gjør dette, men jeg tror at den også kan være et uttrykk for andre lignende bruksmåter.

Håkon liker ikke å bruke tiden på å se i skjermen mens han ”henger” med andre, men han skiller mellom ulike måter å bruke sosiale medier på mens man er sammen med andre:

Håkon: Men igjen så reagerer jeg ikke hvis man får noe fancy mat og folk tar opp telefonen for å ta bilde og legge ut for eksempel, det gjør ingenting. Det har jo på en måte blitt såpass normalt at jeg ikke reagerer hvis andre gjør det. Det er mer hvis man sitter og... man må kanskje skille litt mellom det og det hvis det virker som at man sitter med telefonen for å slå i hjel tid fordi de kjeder seg. For da tolker man det jo ofte som det. ”Er du på telefonen fordi jeg kjeder deg?”

Håkon er tydelig på at han synes det er helt greit å ta et bilde og legge ut, og begrunner det med at det jo har blitt såpass normalt. Dette viser at praksiser som er introdusert som følge av sosiale medier påvirker i hvilken grad sosiale koder oppleves som noe felles av verdi. Når han snakker om å sitte med telefonen, forteller han imidlertid at han blir usikker på om han er spennende nok å være sammen med hvis den andre har ”forsvunnet inn i” telefonen sin. Det kan tolkes som en slags konkurranse mellom ”alle der ute” og Håkon. Denne følelsen kan føre til at vi blir usikre på hvor vi har andre, og at vi blir usikre på oss selv. Opplevelser som denne kan komplisere både relasjonsbygging og identitetsbygging ved at andres praksiser knyttet til sosiale medier gjør en usikker på den andres verdsettelse av møtet her og nå. Kanskje er det fordi vedkommende synes noen andre er mer spennende å prate med, eller kanskje er det noe som har blitt en vane. Med andre ord kan det være en vane vi har tilegnet oss som følge av

sosiale medier, altså at vi har lært og endret måten vi ellers forholder oss til hverandre i hverdagssituasjoner.

Selv om Astrid kan synes det er fint å bruke sosiale medier sammen med andre, legger hun vekt på at dette er hvis det ikke skjer noe annet. I noen situasjoner kan også Astrid synes at det er negativt at folk tar opp mobilen i stedet for å tilbringe tid sammen her og nå:

Astrid: Jeg var i en bursdag for litt siden, og der var det ikke så mye som skjedde, så det var litt kjip stemning, og da var det veldig mange som satte seg ned i sofaen med mobilen. Og da tenkte jeg at det måtte være litt kjipt for bursdagsbarnet at alle bare satt sånn og ingen dansa og gikk rundt.

Her kommer Astrid med et eksempel på en situasjon hun mener det er negativt med mobilbruk. Astrid forteller videre at det gjerne er sånn at hvis en person tar opp mobilen, begynner flere å gjøre det. Da forteller hun at det kan være vanskelig å bryte opp i dette, og at man må ”sparke folk bak” for å få dem til å legge vekk mobilene.

Håkon og Astrid peker altså på noen situasjoner og måter å bruke sosiale medier på som de mener er greit sammen med andre, og andre situasjoner der det ikke er like greit. De viser hvordan disse forhandlingene må gjøres konkret i situasjoner, at det ikke er forutbestemt. Dette viser at domestisering av sosiale medier sjelden er en ferdig og avsluttet prosess i det øyeblikket en er kjent med mediet, men heller en stadig pågående forhandling. Turkle hevder følgende: “Vi har mange nye møter, men opplever dem gjerne som midlertidige. De blir satt «på vent» hvis nye og bedre møter melder seg. De trenger ikke engang være bedre, bare nye” (2011, s. 187, min oversettelse). Mine informanter er tydelig klar over denne spenningen. Flere av informantene mine har vært inne på at det er situasjoner hvor det er kjipt at folk sitter med telefonen i stedet for å være til stede sammen med de som faktisk er der. Hege forteller, i likhet med Håkon, at hun ikke liker at noen sitter lenge med mobilen når hun er sammen med dem. Hun forteller at hun i de situasjonene ikke ser vitsen med å være sammen, og er selv nøye på at mobilen alltid er i sekken og på lydløs når hun møter venner på kafé og de ikke har lang tid sammen:

Hege: Jeg prøver å være bevisst på at da ligger mobilen min i sekken på lydløs. Da blir kvaliteten på det møtet mye høyere da synes jeg. Og det er viktigere for meg enn

Snapchat og Instagram og, alt.

Hege forteller videre om verdien hun opplever at de fysiske møtene har:

Hege: Jeg prøver å være litt bevisst på at når jeg treffer noen, for eksempel på kafé, så er jeg her for å møte deg, jeg er ikke her for å snappe de 50 jeg har på Snapchat at nå er jeg på kafé.

Jeg: Ja

Hege: Man må prøve å huske på at den verdien av det møtet vi har fysisk, det er mest verdt.

Hege er på dette området et eksempel som går imot påstanden til Turkle (2011). Når hun møter venner en kort stund, bestemmer hun seg for ikke å sette dem på vent når nye møter melder seg på sosiale medier. Med andre ord kan man si at fysiske møter ikke har mistet sin verdi i dagens sosiale medier-virkelighet, i alle fall ikke for Hege. Hun forteller imidlertid at det er forskjell på å møtes en kort stund på kafé og å ha vært sammen over lang tid. I det siste tilfellet mener hun det er greit å ta frem mobilen iblant, men er ellers nøye med å prioritere de fysiske møtene før sosiale medier. Hun mener, i likhet med det vi så Amalie fortelle, at de fysiske møtene er mest verdt. Astrid ser imidlertid dette på en litt annen måte. Da jeg spurte Astrid hva hun anså som ”mest sosialt” forklarte hun at det avhenger av hva man tenker på som sosialt:

Astrid: Det kommer litt an på hva man tenker på som sosialt, for hvis man snakker med folk gjennom Snapchat, snakker man med en mye større gruppe med folk med en gang, eller da kan du snakke med ti stykker samtidig.

Jeg: Ja.

Astrid: Mens nå er det jo bare to personer. Så da blir det jo sånn, ja, man er sosialt aktiv med at man klarer å holde en samtale, og det blir gjerne litt dypere samtaler når man snakker en til en, eller sånn. Men man får gjerne en større omgangskrets gjennom sosiale medier.

Jeg: Ja.

Astrid: Så det kommer litt an på om du tenker på å være sosial som å ha veldig mange å snakke med eller å være til stede i situasjonen.

Astrid har en litt annen oppfatning enn at det nødvendigvis er den tradisjonelle ansikt-til-ansikt-kommunikasjonen som er øverst på lista når det gjelder å være sosial. Hun anerkjenner kommunikasjonen på sosiale medier som en *annen måte å være sosial på* fremfor en mindre verdifull måte å være sosial på. Igjen vil jeg hevde at det jeg finner, er at sosiale medier utvider hva vi opplever som sosialt, mer enn begrenser det.

6 Oppsummering og konklusjon

Avslutningsvis vil jeg gi en overordnet oppsummering av oppgaven. Jeg oppsummerer funnene mine før jeg raskt gjentar hvordan studien min kan forstås i lys av, og knyttes til, større samfunnsdebatter om sosiale medier. Jeg runder av oppgaven med å argumentere for at jeg har gjort en STS-studie lik den Skjølsvold oppfordrer til i sin introduksjonsbok til STS (2015).

I denne studien har jeg tatt for meg hva som foregår i møtet mellom mennesker og teknologi, nærmere bestemt i møtet mellom sosiale medier og åtte unge voksnes hverdagsliv. De sosiale mediene jeg har konsentrert meg om, er Snapchat og Instagram. For å besvare problemstillingen *Hvilken rolle spiller sosiale medier i hverdagen til unge voksne?*, har jeg i tråd med STS-tradisjonen vært opptatt av det hverdagslige og spesifikke. Jeg har vært opptatt av å studere teknologiens rolle i mine informanters hverdag, altså har fokuset mitt vært på hvordan sosiale medier blir domestisert i hverdagslivet, det vil si temmet og tilpasset, og hvordan også hverdagslivet endres i dette møtet med teknologien. Jeg har blitt bevisst på, og har i oppgaven vist, hva som skjer av små og store tilpasninger i møtet mellom informantene mine og sosiale medier. Gjennom prosessen har jeg lært mye knyttet til hva forskerrollen innebærer, så vel som om nettopp dette møtet mellom teknologien og mennesket.

Problemstillingen min kan sies å være empirisk fokusert: jeg har vært opptatt av å få tak i brukernes egne erfaringer. I teorikapittelet operasjonaliserte jeg problemstillingen min gjennom følgende forskningsspørsmål:

- På hvilke måter bruker informantene mine sosiale medier?
- Hva fremhever informantene som viktige grunner til å være på sosiale medier?
- Bidrar sosiale medier til at vi bli mer eller mindre sosiale?

I utvalget mitt finner jeg ulike måter å bruke sosiale medier på i tillegg til ulike grunner til at informantene velger de praksisene de gjør. Med andre ord, det er både varierte praksiser mellom de åtte, som har sitt utspring i ulike årsaksforklaringer, samtidig som noen praksiser er gjennomgående for alle sammen. Det kan for eksempel være en konkret handling, som det å ta et bilde. Dette er en handling alle gjør, men kan være motivert av svært forskjellige ønsker. Noen vil gjennom bildene dokumentere hvor de er der og da, og hva som faktisk har

skjedd ("jeg så elg!"), mens andre vil fortelle om hvem de er ("fint sminket", "aktiv som går på fjelltur").

I analysen min har jeg undersøkt informantenes bruk og deres argumenter nærmere gjennom å se funnene i lys av tre dimensjoner av domestisering: den praktiske, den meningsdannende og den kognitive (Sørensen, 2006). Jeg har blant annet vært opptatt av spesifikke praksiser knyttet til rollen sosiale medier spiller i informantenes hverdag, det som kalles den praktiske dimensjonen av domestisering. Jeg argumenterer for at den praktiske dimensjonen er delvis fastsatt av medienes script. Imidlertid har vi sett at scriptet på Snapchat og Instagram er nokså åpent og fleksibelt når det gjelder hva applikasjonene konkret kan brukes til, noe som resulterer i at varierte praksiser gjør seg gjeldende. Informantene mine har inngående forklart hvordan Snapchat og Instagram brukes på forskjellige måter og til ulike formål. For eksempel er det bare spesielt fine bilder som publiseres på Instagram, mens hverdagens små hendelser gjerne deles på Snapchat. Alle informantene har forklart at de sjekker sosiale medier hver morgen og oppdaterer seg på det nye som har skjedd, og at de også sjekker mobilen med jevne mellomrom utover dagen. Jeg har gått inn i og diskutert hva dette betyr: Vi ser at sosiale medier spiller en stor rolle i hverdagen, men denne rollen er tydelig forskjellig fra situasjon til situasjon. Flere av informantene forteller om at hvis de ønsker å konsentrere seg om det som skjer rundt dem, må de legge mobilen helt vekk. Med andre ord: Sosiale medier tar en stor plass i deres liv, men forhandlingene om *hvor stor* foregår i de konkrete situasjonene de befinner seg i.

Praksisene jeg nevner her, er tett knyttet til det vi kaller den meningsdannende dimensjonen av domestisering: Det er en grunn til at informantene bruker sosiale medier på den måten de gjør, altså er praksisene motivert av en intensjon eller en verdi som brukerne opplever at dette har for dem. Vi ser at informantene omgjør sosiale koder eller andres (forestilte) forventninger mer til sine egne personlige motiver og identiteter. Dette kan igjen knyttes til hvorfor informantene legger de fineste bildene på Instagram (en offentlig versjon av dem selv, en "sosial CV") og sender de mindre fine bildene på Snapchat (hverdagsfjeset som tåles av de nære), samt hvorfor flere av informantene er opptatt av å ha mobilen i nærheten og å sjekke oppdateringer (ønsker å være en del av fellesskapet, selv om det koster). Det er også sånn at den samme praksisen kan bety ulike ting for forskjellige personer. For eksempel betyr Snapkartet noe helt annet for den yngre Amalie enn for Hege. Vi har sett at noen praksiser

utvikler seg til å bli etablerte vaner og noe som blir en del av atferden vår, som for eksempel at telefonen sjekkes hver morgen.

Mot slutten av analysen argumenterer jeg for at informantene forholder seg ulikt til hvorvidt sosiale medier gjør oss mer eller mindre sosiale. Her legger jeg vekt på å synliggjøre ulike oppfatninger om hva det vil si å være sosial og hvilke former for kommunikasjon informantene mine opplever som verdifulle. Blant annet forteller Anette at hun tror vi ville vært mer sosiale uten sosiale medier, mens Harald har en oppfatning som står i klar motsetning til dette. Han mener at han blir mer sosial nettopp av å være på Snapchat og Instagram. De ulike oppfatningene går på tvers av aldersgruppene, men vi har også, andre steder i analysen, sett at det på noen punkter er ulikheter mellom aldersgruppene. Noe av dette kan være tilfeldig, og noe kan indikere at det er forskjeller på bruksmønstre på bakgrunn av alder. Harald, som er i den eldste aldersgruppen, forteller i slutten av intervjuet at han tror han har en større distanse til sosiale medier enn de som er yngre enn ham. Dette begrunner han med at sosiale medier ikke ble aktuelt før han var 15-16 år, til forskjell fra dem som i større grad har vokst opp med dette rundt seg.

Forskjellene mellom aldersgruppene kommer frem i mer av det informantene forteller. Det er enkelte utsagn som kan tyde på at noen av de yngre informantene trenger færre ord i sitt samvær med andre for å føle at de er sosiale. Alle informantene i denne gruppen snakker om snapfjes som en måte å ”snakke sammen” på, selv om det foregår helt uten ord. Astrid legger i tillegg vekt på at det er koselig å ha selskap når flere sitter sammen og bruker mobilen, selv om de ikke snakker sammen. Dette forteller ingen av informantene i den eldste aldersgruppen om. Det at det er forskjell på brukere som har vokst opp med og uten sosiale medier, er slik sett en interessant påstand jeg i min studie ikke har undersøkt nærmere. Dette ville vært spennende å utforske videre.

Min studie i relasjon til samfunnsdebatter og annen forskning

Mine informanternes erfaringer og opplevelser med bruk av sosiale medier som Snapchat og Instagram både samsvarer og står i motsetning til ulike deler av det vi ser i debatter og annen forskning på sosiale medier. Blant annet nevner også noen av mine informanter at de tidligere lot seg nettopp ”sluke av Snap”, slik NRK har satt søkelyset på i sin reportasje ”Slukt av Snap” (Støstad, 2017). I likhet med episoden ”Sykt sosial” i serien ”Uro”, også sendt av NRK

(2019), vektlegges det blant mine informanter at det kun er *de gode øyeblikkene* som deles på Instagram, og at også flere av dem mener kommentarer og likes er viktige måleverktøy for sosial status. Hvorvidt dette direkte fører til uro blant mine informanter, har jeg imidlertid ikke fulgt opp i like stor grad, selv om også flere av mine informanter uttrykker stress og mas knyttet til det å alltid være tilgjengelig.

Som jeg har påpekt, hevder Turkle (2011) at teknologi gjør oss mennesker mer ensomme, derav tittelen "Alone Together". Jeg leser noe teknologideterministisk i Turkles konklusjoner. Det kan forstås som at teknologien har mer eller mindre den samme negative effekten på alle brukere, altså at det først og fremst er teknologien som styrer. Gjennom oppgaven min har jeg imidlertid vært opptatt av å løfte frem nettopp det at brukerne spiller en stor rolle i hvilke effekter og hvilke påvirkninger teknologien får. Domestisering handler om gjensidig tilpasning, og det vil derfor nødvendigvis bli forskjeller på hvilken rolle teknologien får spille.

Noen av mine informanters erfaringer samsvarer med det Turkle (2011) hevder om at teknologi fører til mer ensomhet. Flere forteller blant annet om at de sliter med å la mobilen ligge i fred og at de har en trang til alltid å være "på". Dette har vi sett at kan gå utover deres fysiske møter med venner, og vi har også sett at Anette mener det fører til at det blir færre av disse møtene. Imidlertid har flere av informantene også delt av erfaringer som jeg vil si står i motsetning til deler av det Turkle hevder: Astrid, Harald og Håkon hevder blant annet at kontakt gjennom sosiale medier kan bidra til mer kontakt og flere ansikt-til-ansikt-møter, og ikke færre. Det er ingen automatikk i at sosiale medier fører til nedgang i annen sosial kontakt. Snarere kan en skaffe seg sosiale ressurser og mer av det Brandtzæg (2012) kaller sosial kapital, viser mine funn.

Jeg har vist at sosiale medier kan by på dilemmaer i form av vanskelige forhandlinger. Skal telefonen ligge på kafébordet, eller skal den forbli i lomma på lydløs? Informantenes stadige forhandlinger som foregår nettopp i domestiseringen av sosiale medier og hverdagen, kan gå på bekostning av andre hverdagsaktiviteter i noe som ligner det Ask (2011) fant i sin studie av WoW-spillere. Ask sine informanter uttrykte for eksempel stramme tidsplaner knyttet til spilling, og at det gikk utover andre hverdagsaktiviteter som kjæresteforhold og frikvelder til å gjøre andre ting. Dette med å disiplinere egen hverdag og tidsbruk som Ask påpeker (2011, s. 150), kjenner jeg igjen. Blant annet har Harald fortalt at han sliter med å lese bøker fordi han får et behov for å bruke den tiden på sosiale medier i stedet, og Astrid forteller at hun, av

samme grunn, ofte utsetter å jobbe med leksene. Forhandlingene omkring tidsbruk og hva som er ”riktige” praksiser pågår kontinuerlig, og er helt sentralt i en domestiseringsprosess, også hos mine informanter.

Fem fjellvettregler

Når jeg nå ser tilbake på det jeg har gjort, opplever jeg at jeg har gjort en STS-studie som kan sies å være i tråd med Skjølsvolds ”fem fjellvettregler for god STS” (2015, s. 171-174). Regel nummer én er ”Din studie skal være empirisk”. Min studie er empirisk ikke bare ved at den går tett på og tar utgangspunkt i mine dybdeintervjuer med åtte unge voksne, og slik sett er en studie av deres opplevelser av og erfaringer med sosiale medier. Jeg har også valgt å vise frem mye av empirien direkte i analysen. Det er jo nettopp informantenes meddelelser som er utgangspunktet for min studie, og jeg ønsker derfor å la deres stemmer komme tydelig frem gjennom å presentere mange sitater og direkte utsagn.

Regel nummer to er ”Du skal lete etter kontroverser”. I mitt tilfelle handler dette om å løfte frem de forhandlingene informantene gjør i hverdagen sin knyttet til domestiseringen av disse sosiale mediene. Regel nummer tre er ”Din teori- og språkdrakt skal være en konsekvens av ditt empiriske arbeid”. Jeg har vært opptatt av brukernes egne perspektiver og intervjuet derfor nettopp brukere. For å løfte frem brukerperspektivet har jeg funnet vokabularet fra domestiseringsteori som godt egnet da jeg skulle løfte frem de empiriske funnene. Regel nummer fire er ”Du skal åpne sorte bokser og knuse teknologideterministiske myter”. Skjølsvold (2015) påpeker her at historien om at teknologien endrer samfunnet er en kjent historie i media. STS-forskere er opptatt av å se dette bildet mer nyansert, blant annet i form av at teknologi og mennesker fungerer i et samspill og påvirker hverandre. Jeg opplever at jeg har belyst dette i min oppgave nettopp ved å trekke frem at både brukerne og de sosiale mediene formes gjensidig, og at dette skjer på ulike måter. Det er derfor ikke gitt på forhånd hvilken rolle teknologien får spille i hverdagen. Dette er noe som må studeres empirisk, slik jeg her har gjort.

Den siste regelen, regel nummer 5, er ”Du skal knuse dikotomier”. Dikotomiske begrepspar, som for eksempel det sosiale og det tekniske, eller mann og kvinne, kan ikke brukes som forklaringer på hvorfor ting er som de er, men de kan studeres empirisk. Jeg har ikke valgt å fokusere direkte på dikotomier i min studie, men fordi dikotomier handler om nettopp

motsetninger, velger jeg å sette denne regelen i sammenheng med dilemmaer, noe jeg i min studie har vært opptatt av. Når en, som bruker, står overfor et dilemma, står man midt mellom nettopp to motsetninger. En må vurdere for og imot ut ifra hva som gir mest verdi, og hva som er akseptabelt i akkurat *denne* situasjonen. Dette har jeg vist gjennom å trekke frem hverdagsforhandlingene mine informanter møter gjennom sin bruk av sosiale medier.

Litteratur

- Akrich, M. (1992). The De-Description of Technical Objects. Shaping Technology/Building Society. I W. E Bijker & J. Law (Red.). *Studies in Sociotechnical Change* (s. 205-224). Cambridge, MA: MIT Press.
- Andrews, T. & Vassenden, A. (2007). Snøballen som ikke ruller. Utvalgsproblemer i kvalitativ forskning. *Sosiologisk tidsskrift*, 15(2), 151-162.
- Ask, K. (2011). Spiller du riktig? *Norsk medietidsskrift*, 18(2), 140-157.
- Berker, T & Levold, N. (2007). Moralske praksiser i forbindelse med tung internettbruk. I N. Levold og H. Spilker (Red.), *Kommunikasjonssamfunnet: Moral, praksis og digital teknologi*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Brandtzæg, P. B. (2012). Social Networking Sites: Their Users and Social Implications – A Longitudinal Study. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 17(4). 467-488.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Dalen, M. (2011). *Intervju som forskningsmetode – en kvalitativ tilnærming* (2. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Holstein, J. A. & Gubrium, J. F. (1995). *The Active Interview in Perspective*. Sage Publications.
- Holthe, Ø. (2012, 12. oktober). Utropstegn i øyeblikket. Hentet fra <https://www.ordtak.no/sitat.php?id=12990>
- Ipsos. (2018, 10. juli). Ipsos SoMe-tracker Q2'18. Hentet fra <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q218>

- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju* (3. utg.). Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Laet, M. & Mol, A. (2000). The Zimbabwe Bush Pump: Mechanics of a Fluid Technology. *Social Studies of Science*, 30(2), 226-263.
<https://doi.org/10.1177%2F030631200030002002>
- Latour, B. & Woolgar, S. (1979). *Laboratory Life. The Social Construction of Scientific Facts*. Sage Publications.
- Lie, M & Sørensen, K. H. (1996). *Making technology our own? Domesticating technology into everyday life*. Oslo: Scandinavian University Press.
- Lygre, E. T. (2018, 13. februar). Er Facebook bare for gamlinger? Unge flykter fra det sosiale mediet. Hentet fra <https://www.digi.no/artikler/er-facebook-bare-for-gamlinger-unge-flykter-fra-det-sosiale-mediet/430342>
- Medianord AS. (2018). Snapchat. Hentet fra <https://www.medianord.no/snapchat/>
- Moreau, E. (2019, 26. mars). What Is Instagram, Anyway?. Hentet fra <https://www.lifewire.com/what-is-instagram-3486316>
- NRK. (2019, 18. mars). Uro: Sykt sosial. Hentet fra https://www.nrk.no/video/PS*310864
- Pinch. T. J. & Bijker. W. E. (1984). The Social Construction of Facts and Artefacts: or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology might Benefit Each Other. *Social Studies of Science*, 14(3) 399-441. doi: 10.2307/285355
- Primack, B. A. (2017). Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*, 56(1), 1-8.
<https://doi.org/10.1016/j.amepre.2017.01.010>

- Silverstone, R. & Hirsch, E. (Red.). (1992). *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Places*. Routledge.
- Skjølsvold, T. M. (2015). *Vitenskap, teknologi og samfunn - En introduksjon til STS*. Oslo: Cappelen Damm.
- Snap Inc. (2018). What is Snapchat? Hentet fra <https://whatis.snapchat.com>
- Snap Inc. (2019). Snap Inc. Hentet fra <https://www.snap.com/nb-NO/>
- Snap Inc. (u.å.). Snapstreaker. Hentet fra <https://support.snapchat.com/nb-NO/a/snapstreaks>
- Statistisk sentralbyrå. (2018, 31. august). Fire av fem nordmenn bruker sosiale medier. Hentet fra <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/artikler-og-publikasjoner/fire-av-fem-nordmenn-bruker-sosiale-medier>
- Støstad, M. N. (2017). Slukt av Snap. Hentet fra <https://www.nrk.no/slukt-av-snap-1.13811834>
- Sørensen, K. (2006). Domestication: The enactment of technology. I T. Berker, M. Hartmann, Y. Punie, & K. Ward: *Domestication of media and technology* (s. 40-61). Maidenhead: Open University Press.
- Tjora, A. (2010). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal.
- Turkle, S. (2011) *Alone Together. Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.
- Aalen, I. & Enli, G. (2018, 14. mai). Sosiale medier. Hentet fra https://snl.no/sosiale_medier

Vedlegg

Intervjuguide

Bakgrunn

- Hvor gammel er du?
- Hvilke sosiale medier bruker du?
- Hvordan ville du rangert dem ut ifra hvor mye tid du bruker på dem?

Instagram og Snapchat

- Hva bruker du mest?
- Hva bruker du Instagram og Snapchat til?
- I hvilke situasjoner bruker du dem?
- Hva pleier du å snappe og hva pleier du å legge ut på Instagram?
- Bruker du stories? Hvordan avgjør du om noe hører hjemme på Instagram Stories eller MyStory på Snapchat?
- Hvem følger du på Instagram og hvem følger du på Snapchat? Hvordan påvirker dette bruken?

Sosiale medier i hverdagen

- Hvilken rolle spiller sosiale medier i din hverdag?
- Kan du beskrive hvordan og når sosiale medier spiller inn en vanlig dag, hvis du starter fra du våkner om morgenen?
- Hvor mye tid tror du at du bruker på sosiale medier til sammen i løpet av en dag?
- Hvordan hadde hverdagen vært annerledes uten sosiale medier?

Bruk i omgangskretsen

- Hvordan reagerer de rundt deg på din bruk av sosiale medier?

- Hvordan tenker du at din bruk er i forhold til andres?
- Hva tenker du om hvordan vennene dine og de rundt deg bruker sosiale medier?

Spesifikke funksjoner

- Hvordan forholder du deg til streaks på Snapchat?
 - Hvis streaks er viktig: Hvorfor ønsker du å opprettholde streaks?
- Hva tenker du om likes på Instagram? Hvorfor er det viktig eller uviktig?
- Hvordan bruker du MyStory kontra innlegg på Instagram eller snapper som blir sendt direkte til noen på Snapchat?
- Er det andre spesifikke funksjoner som er viktig for deg? Eksempler: DM (Instagram), chat (Snapchat), kart (Snapchat)
 - Eventuelt: Hvorfor er disse funksjonene viktige?

Demonstrasjon

- Kan du vise meg hvordan du sender en snap?
- Kan du vise hvordan du ville lagt ut et Instagram-innlegg?

Refleksjon

- Hvilke funksjoner har sosiale medier som Snapchat og Instagram i livet ditt?
- Hvordan tror du Snapchat og Instagram påvirker deg i hverdagen?
- Hva tenker du at du hadde mistet dersom du ikke kunne bruke sosiale medier? (Hvis du bare hadde en telefon som kunne ringe og sende SMS)