

Aalborg Universitet



**AALBORG
UNIVERSITY**

Sociale netværkssider og digital ungdomskultur

når unge praktiserer venskab på nettet

Larsen, Malene Charlotte

Published in:
MedieKultur

Publication date:
2009

Document Version
Også kaldet Forlagets PDF

[Link to publication from Aalborg University](#)

Citation for published version (APA):

Larsen, M. C. (2009). Sociale netværkssider og digital ungdomskultur: når unge praktiserer venskab på nettet. *MedieKultur*, 47, 45. <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/mediekultur/article/view/1474>

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Sociale netværkssider og digital ungdomskultur:

Når unge praktiserer venskab på nettet

Malene Charlotte Larsen, Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet

Arto, Facebook og MySpace er nogle af de internetfællesskaber, som flere hundredtusinde danskere i løbet af ganske få år har oprettet profiler på. Med fremkomsten og populariseringen af disse hjemmesider er opstået et nyt mediebegreb: sociale netværkssider (eller på engelsk: social network(ing) sites). Som det oftest er tilfældet med nye medier, har teenagere være de første til at tage sociale netværkssider til sig. Med denne artikel har jeg til hensigt at beskrive, hvad sociale netværkssider er, samt hvordan de anvendes som en del af ungdomsgenerationens hverdagsliv til vedligeholdelse af sociale relationer. Dette gør jeg ved dels at præsentere en række begreber, som jeg mener er vigtige at forstå i forhold til unges brug af sociale netværk. Og dels vil jeg fremhæve nogle resultater fra min egen forskning i 12-18-årige børn og unges brug af forskellige sociale netværk, heriblandt Arto.com, som længe har været de danske teenagers foretrukne mødested på nettet. Ud fra empiriske eksempler diskuterer jeg således, hvordan sociale netværkssider indgår som en integreret del af de unge brugeres venskaber og sociale liv. Artiklen bygger på fire års etnografiske undersøgelser.

'Online' og 'offline' smelter sammen

Fordi det er på en mærkelig måde sjovt. Også kan man ændre ting, og have sjove samtaler sammen. [...] men ja, hvorfor bruger man det? - det har vel også at gøre med at det har de fleste, og når de fleste har det vil man også selv have det. Det er typisk os unge :b.?
(14-årig pige i online-spørgeskema, 2007)

At opsætte en stærk dikotomi mellem 'online' og 'offline' i relation til socialitet og identitet på internettet giver ikke meget mening. Især ikke, når forskningsfeltet er nutidens børn og unge, som er vokset op med internettet og bruger de sociale medier som en ganske naturlig del af deres hverdagspraksis og venskaber. Brugen af sociale netværkssider er for de fleste børn og unge relateret til offline-livet og samværet med venner fra den nærmeste omgangskreds (f.eks. boyd, 2007; Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007; Lampe, Ellison, & Steinfield, 2006; Larsen, 2005). Således smelter on- og

offline-praksis sammen, og det ene kan være lige så værdifuldt som det andet. Børn og unge er ikke selv så optaget af, om deres kommunikation foregår online eller offline. De vil for det meste foretrække at være sammen med deres venner ansigt til ansigt, men internettet og i særdeleshed de sociale netværkssider indgår som en forlængelse af hverdagen – på samme måde som eksempelvis mobiltelefonen eller MSN Messenger. Disse medier udfylder nogle bestemte sociale, individuelle og interpersonelle funktioner, som ikke nødvendigvis kan findes tilsvarende i ansigt til ansigt-kommunikation, men som gør, at de forskellige kommunikationsformer komplementerer hinanden.

Derfor giver det i dag heller ikke mening at tale om 'cyberspace' som betegnelse for en verden, der er adskilt fra vores fysiske verden (på samme måde som det heller ikke giver mening at tale om f.eks. 'phonespace'). Det er den samme verden, vi lever i, og som forsker i sociale netmedier handler det om at forstå, hvordan disse medier indgår i vores dagligdag, og hvilken betydning de har for den måde, vi lever vores liv på. Med dette in mente handler denne artikel om, hvordan et af de nyere internetfænomener, sociale netværkssider, indgår som en del af danske børn og unges hverdagsliv og måden, hvorpå de praktiserer venskab.

Først og fremmest vil jeg give en indføring i, hvad sociale netværk på internettet er, og hvordan man teoretisk kan forstå og konceptualisere internetsider som Facebook, MySpace eller Arto. Dernæst vil jeg demonstrere, hvad der er særligt ved de helt unges brug af sociale netværkssider. Sidstnævnte vil jeg gøre ved at formidle nogle af de mest centrale resultater fra min egen forskning de seneste fire år. Som rettesnor for artiklen er brugernes sociale liv, som det udspiller sig i et relationelt samspil mellem dyrkelsen af ungdomslivet og vedligeholdelsen af venskaber.

Fra virtuelle communities til sociale netværkssider

Sociale netværkssider er internetbaserede mødesteder, hvor brugerne via personaliserede profiler kan linke til hinanden og liste hinanden som "venner" eller kontakter og dermed kommunikere og socialisere på tværs af fysiske og tidsmæssige begrænsninger. I Danmark er den mest anvendte sociale netværksside i skrivende stund Facebook, som i løbet få år (siden 2004) er vokset fra at være et niche-netværk designet udelukkende for universitetsstuderende på Harvard University til at være et internationalt massefænomen (boyd & Ellison, 2007). Også herhjemme, hvor det ifølge Facebooks egne tal er anslået, at over en million danskere (i efterhånden alle aldre) har oprettet en profil.¹

At mødes og socialisere via internettet er dog ikke et nyt fænomen, som er opstået i takt med de sociale netværkssider. Siden internettets brede gennembrud og indtog hos almindelige mennesker i 1990'erne (Finnemann, 2005) har brugere fra hele verden kommunikeret og dannet fællesskaber på internetsider, som i forskningskredse primært er blevet betegnet "communities". De første studier af disse internetfællesskaber tog især udgangspunkt i online nyheds- eller diskussionsgrupper, hvilket en af de første og mest kendte definitioner af "virtual communities" også bar præg af:

Virtual communities are social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on [...] public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace.

(Rheingold, 1993, s. xx)

I løbet af 1990'erne bar forskningen inden for dette felt især præg af studier, som omhandlede *fremmede* (altså mennesker, som ikke kendte hinanden på forhånd), der dannede fællesskaber på internettet med udgangspunkt i *interessespecifikke* emner eller aktiviteter, eksempelvis Howard Rheingolds studie af brugen af konferencesystemet 'the WELL' (Whole Earth 'Eletronic Link') (1993), Sherry Turkles "Life on The Screen" om brugen af multiplayer-spil på nettet (1995) eller Nancy Bayms omfattende etnografi af et online community² bestående af en gruppe sæbeopera-fans (2000), blot for at nævne nogle få. Fælles for disse studier og andre var, at de fokuserede på muligheden for at danne *nye* relationer ved hjælp af online-kommunikationen (Benkler, 2006, s. 359); et aspekt, som også ligger i Rheingolds definition ovenfor.

Der, hvor de sociale netværkssider imidlertid adskiller sig fra tidlige tiders communities, er, at de er 'egocentriske'. De opererer "with the individual at the center of their own community" (boyd & Ellison, 2007), og som nogle af de første undersøgelser af brugen af sociale netværkssider som Arto (Larsen, 2005; Larsen, 2007; Larsen, 2008b), MySpace (boyd, 2007; Lenhart & Madden, 2007) eller Facebook (Ellison et al., 2007; Lampe et al., 2006) også har vist, så kommunikerer brugerne primært med deres eksisterende sociale relationer frem for at danne nye. Venner kommer før interesser (boyd, 2006), hvilket typisk var omvendt med de virtuelle communities. Derfor giver det ikke mening at tale om sociale netværkssider inden for samme definitionsramme, i hvert fald ikke hvis vi følger de grundlæggende tanker om "virtuelle communities".

De sociale netværkssidens voldsomme og hurtigtvoksende popularitet har fået nogle forskere, f.eks. boyd (2006), til at konkludere, at egocentriske netværk som Facebook, MySpace eller Friendster har erstattet communities eller de nære interessefællesskaber. Vi har simpelthen fået "a new organizing mechanism for developing context", lyder argumentet (boyd, 2006). At communities skulle være blevet *erstattet* af sociale netværkssider afvises dog af Nancy Baym, som mener, at online-grupper, som vi kender dem fra de tidlige 90'erne, lever i bedste velgående på eksempelvis webboards, i multiplayer-spil eller de efterhånden gammeldags nyhedsgrupper (2007). Baym tilkendegiver dog, at online communities i dag tager en ny form – et sted midt imellem den sidebaserede online-gruppe og det egocentriske, sociale netværk – og dermed spreder sig ud over en række forskellige internetsider "in a quasi-coherent networked fashion" (2007). Med denne pointe ville Baym nok være enig i, at sociale netværkssider vitterligt *er* blevet hvermandseje, et massefænomen, som i modsætning til online communities ikke kun hører til hos bestemte grupper af mennesker med bestemte interesser.³ Med de sociale netværkssider "hænger vi ud" på nettet med rod i venskabsdrevne frem for interessedrevne praksisser (Ito et al., forthcoming).

Hvordan definerer vi så sociale netværkssider?

Forskningsmæssigt er sociale netværkssider således stadig et forholdsvist nyt fænomen, og inden for internetforskningen og feltet omkring CMC (computer-mediated communication) diskuteres det p.t., hvordan vi skal definere og navngive internetsider som MySpace, Facebook eller YouTube. danah boyd og Nicole Ellison har været blandt de første til at fremsætte en overordnet definition af 'social network sites'⁴, om end den er meget bred:

...web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system.

(boyd & Ellison, 2007)

Med de tre punkter gør denne definition sig gældende for en lang række internetsider. Også dem, der adskiller sig fra de sider, som typisk bliver omtalt som sociale netværkssider i den offentlige debat (f.eks. e-læringsystemer, videodelingssider som YouTube eller folksonomier som Delicious). Og det på trods af, at boyd og Ellison afviser, at der med deres definition er tale om sider, hvor folk "netværker" sig frem til nye bekendtskaber, men derimod primært kommunikerer med deres eksisterende netværk. Dette har fået flere forskere til at kritisere definitionen for at være alt for løs og åben for fortolkning. Man bør i stedet forsøge at klassificere de mange nye online-udtryk og kulturer i stedet for at presse en lang række indbyrdes ret forskellige internetsider ned i en så bred definition, lyder argumentet bl.a. fra David Beer (2008, s. 4).

Man kan også argumentere for, at boyd og Ellison med deres meget brede definition forsøger at definere mediet ud fra hvilke funktioner, det indeholder, frem for at tage udgangspunkt i, hvordan de forskellige sider tages i brug, og hvilke handlingsmuligheder de fordrer.⁵ Dertil kommer, at de tekniske indholdselementer ofte skabes på baggrund af, hvordan brugerne anvender siderne (og ikke omvendt). Et eksempel på dette er, at "Klubberne" på Arto først blev en realitet, efter at tusindvis af brugere allerede havde oprettet klubber ved brug af "Profil"-funktionen på siden (Larsen, 2005). Derfor er det ikke muligt på forhånd at bestemme, hvordan funktionerne bruges. En definition, som tager udgangspunkt i funktionalitet, vil altid være et skridt bagefter og siger således ikke meget om, hvad sociale netværkssider er, og hvordan de anvendes. Desuden kan man kritisere boyd og Ellison for at opstille en meget bred definition for at diskutere noget meget specifikt (nemlig primært sider som Facebook og MySpace). På trods af kritikken af selve definitionen fastholder jeg dog her at anvende termen "social netværksside", da Arto og Facebook inden for en dansk kontekst efterhånden har tilegnet sig denne etikette i den generelle offentlige debat. Dog vil jeg tilføje en række nye punkter til boyds og Ellisons definition.

I forbindelse med min egen forskning har jeg fundet det fordelagtigt at definere sociale netværkssider ud fra hvilke handlingsmuligheder, de giver brugerne, og hvordan disse indgår i deres brugsmønstre. Dette hænger sammen med, at de teknologiske muligheder og deres anvendelse ofte ændrer sig over tid. De opfylder ganske enkelt ikke nødvendigvis de funktioner hos brugerne, som de var tiltænkt fra udviklerens side. Således vil jeg argumentere for, at sociale netværkssider kan defineres ud fra, at brugerne udfører:

- Sociale og kontaktskabende handlinger
- Personlige og profilerende handlinger
- Underholdende og interaktive handlinger
- Støttende og praktiske handlinger

(Larsen, 2005; Larsen, 2007)

Med de *sociale og kontaktskabende* handlinger mener jeg de aktiviteter, som brugerne foretager sig for at kommunikere og "være sammen" på de sociale sites. At skrive en besked til en ven ville man nok umiddelbart opfatte som en kontaktskabende handling, men det betyder ikke, at beskederne kun har denne funktion. Eksempelvis bruges 'gæstebogen' på Arto til at vise, at man er vellidt. Ofte sletter brugerne de, ifølge dem selv, intetsigende beskeder såsom "Hvad laver du?" eller "Kiggede forbi" og gemmer de søde beskeder, hvori vennerne har skrevet "Jeg elsker dig" eller "Du betyder så meget for mig". På den måde er disse beskeder synlige for andre brugere, og det har en profilerende funktion i sig selv.

Når brugerne udfører det, man umiddelbart ville opfatte som en decideret *personlig og profilerende* handling, kan den også have en social og kontaktskabende funktion. Dette kommer eksempelvis til udtryk i profilerne, hvor brugerne ikke altid skriver om eller afbilder sig selv, sådan som en profil ellers lægger op til, men i stedet skriver om deres bedste venner, og hvor meget disse betyder. Ofte sker det også, at en bruger ved hjælp af selve sit brugernavn vælger at signalere en samhørighed med en anden bruger. Således kan man finde brugernavne a la "ElskerMiinCille", hvori navnet henviser til en bedste veninde. Sociale og kontaktskabende og personlige og profilerende handlinger smelter således sammen, og de forskellige tekniske muligheder har ofte en dobbelt betydning, som initieres af brugerne selv.

Brugerne udfører også en række *underholdende og interaktive* handlinger på sociale netværkssider, såsom at spille spil, se videoer, læse vittigheder, arbejde sammen om at optage videoklip eller designe billeder og profilttekster, som de uploader på hinandens profiler. Ydermere udfører de *støttende og praktiske* handlinger, eftersom de ofte supporterer hinanden, f.eks. i forbindelse med at designe en profiltæst, at oprette et fotoalbum eller kode i html på sin profil. I den forbindelse er der oprettet mange hjælpeklubber eller supporthjemmesider omkring sider som Arto, Habbo eller MySpace. De to sidste kategorier er dog ikke de primære grunde til, at unge besøger sociale netværkssider. Det er derimod de sociale og kontaktskabende samt personlige og profilerende handlinger.

Ikke kun selvpromovering og popularitetskonkurrence

I den offentlige debat omtales sociale netværkssider ofte som steder, hvor brugerne konstant forsøger at fremstille sig selv så positivt som muligt eller konkurrerer om at have flest venner og dermed fremstå mest populær. At reducere Arto, Facebook og andre sociale netværkssider til at være et udtryk for narcissisme⁶, selvpromovering eller en popularitetskonkurrence er dog en forsimplet måde at forstå det på, og svarer til ikke at tage de mange brugere seriøst. Der er mange forskellige grunde til, at vi bruger (forskellige) sociale netværkssider, og det handler ikke kun om pseudovenskab eller at vise sig frem. Vi får derimod opfyldt nogle grundlæggende sociale og individuelle behov.

I den efterfølgende del af artiklen præsenterer jeg nogle af mine forskningsresultater af unges brug af sociale netværkssider og fremsætter sideløbende en række teoretiske begreber eller analytiske pointer, som jeg mener er vigtige at forstå i relation hertil, og som kan hjælpe med at kaste lys over, hvad det er for nogle mekanismer, der gør, at vi anvender sociale netværkssider.

Empirisk og teoretisk fundament

Mine forskningsresultater bygger på mit eget etnografiske engagement i feltet omkring danske unges brug af sociale netværkssider. Dermed refererer artiklen til mange forskellige typer af data indsamlet over en periode på fire år. I 2005 skrev jeg speciale om Arto.com (tidligere Arto.dk) (Larsen, 2005) og gennemførte en virtuel etnografisk (Hine, 2000; Lindlof & Shatzer, 1998) undersøgelse af, hvordan kernebrugerne anvender siden som en del af deres måde at vedligeholde venskaber og konstruere identitet. Tilgangen var daglig deltagende observation over en periode på otte måneder, hvor jeg løbende skrev feltnoter og tog screenshots. Mit formål var åbent kommunikeret ud til brugerne via min egen profil på siden, og jeg lagde vægt på selv at benytte mig af sidens forskellige funktioner, således at jeg opnåede en "zone of identification" (R. Scollon & Scollon, 2004). Ud over den virtuelle etnografi, benyttede jeg mig i mit speciale af et fokusgruppeinterview med 9. klasses elever, som jævnligt brugte Arto, enkelt-interviews med brugere over MSN Messenger samt et mindre spørgeskema gennemført i min "Vennebog" på Arto.

Siden 2007 har jeg været i gang med et ph.d.-projekt, som i princippet fortsætter, hvor specialet slap, men mere bredt fokuserer på, hvordan unge mennesker definerer sig som unge i kraft af sociale medier. Her benytter jeg mig af en mere multi-sited (Leander & McKim, 2003; Marcus, 1995) etnografisk tilgang og fokuserer bl.a. på forskellige både on- og offline rum (og en række af de mest anvendte sociale netværkssider blandt danske børn og unge som eksempelvis Habbo, Facebook, MySpace, Arto eller NationX). Ud over feltnoter og screenshots består mit empiriske fundament af en omfattende kvalitativ spørgeskemaundersøgelse, som er gennemført i samarbejde med Medierådet for Børn og Unge. Her har knap 2400 børn og unge mellem 12 og 18 år givet eksempler på og fortalt om deres oplevelser på forskellige sociale netværkssider. Deres svar bruges bl.a. til at undersøge, hvorledes oplevelser på sociale netværkssider er integreret i de unges hverdag og venskaber, og hvorledes hverdagen og venskaberne repræsenteres, medieres og praktiseres på nettet. Undersøgelsen har været gennemført online via links fra forskellige sociale netværkssider og offentlige hjemmesider og kombinerer både kvantitative og kvalitative spørgsmål. For en mere uddybet beskrivelse af spørgeskemaundersøgelsen henviser jeg til Larsen (2008a).

I de forgangne år har jeg selv fået en aktiv rolle inden for feltet omkring unges brug af sociale netværkssider, bl.a. som blogger, foredragsholder og kommentator i medierne, hvilket jeg forsøger at drage nytte af rent empirisk. I mit arbejde opererer jeg derfor med tre typer af data i det, jeg har valgt at kalde mit "data-arkiv" (med inspiration fra Rapley (2007)):

1. *Allerede eksisterende data (som f.eks. de unges profiler på sociale netværkssider, unges diskussioner om deres net-brug på diverse online-fora eller artikler og nyhedsindslag om unges brug af sociale netværkssider; det vil sige data, som jeg på ingen måde har haft indflydelse på, men som giver mig empirisk indsigt)*
2. *Data genereret af mig (som f.eks. spørgeskemasvar, interviews, etnografiske observationer, screenshots og feltnoter; det vil sige klassisk empirisk indsamlede data, hvis fremkomst jeg selv direkte har forårsaget og været herre over)*
3. *Data genereret af mine forskningsresultater (som f.eks. forældres spørgsmål under*

mine foredrag, kommentarer eller reaktioner fra unge på mine artikler, min blog⁸ eller nyhedsindslag, hvor jeg indgår som kilde; det vil sige data, som jeg selv mere eller mindre ubevidst har været skyld i på baggrund af min eksisterende forskning, men som giver mig nye data).

Teoretisk er jeg inspireret af *Medieret Diskursanalyse* (MDA) (f.eks. Norris & Jones, 2005; Scollon, 2001a; Scollon, 2001b). MDA er et bredtfavnende og eklektisk perspektiv, som ud over diskursstudier er teoretisk funderet inden for lingvistisk antropologi, psykologi og sociolingvistik (Norris & Jones, 2005). Det mest fundamentale i MDA er, at sproget ikke har så central en placering som i andre diskursanalytiske retninger. Den primære interesse er menneskers sociale handlinger. Ifølge MDA er alle sociale handlinger medierede. Ofte er det dog sproget, dvs. diskurser, som medierer de sociale handlinger, men dette skal ikke tages for givet. Som teoriretning adskiller MDA sig altså fra andre diskursanalytiske retninger (som f.eks. Kritisk Diskursanalyse) ved ikke som udgangspunkt at fokusere på de skrevne eller talte ord, men i stedet på de sociale handlinger, som sociale aktører foretager sig – og først derefter på hvilken rolle diskurs spiller. Det skyldes et ønske om at tage højde for den kompleksitet, som findes i sociale situationer:

By not privileging discourse or social action but, rather, seeing discourse as one of many available tools with which people take action, either along with discourse or separate from it, MDA strives to preserve the complexity of the social situation. It provides a way of understanding how all of the objects and all of the language and all of the actions taken with these various meditational means intersect at a nexus of multiple social practices and the trajectories of multiple histories and storylines that reproduce social identities and social groups.

(Jones & Norris, 2005, s. 4)

Således betragtes diskursiv praksis som én form for social praksis, men ikke den eneste (R. Scollon, 2001a). Hvis man *kun* analyserer diskurs, de skrevne tekster eller de talte ord, vil man forstå meget lidt af, hvad der foregår i sociale situationer (eksempelvis dem på nettet), eller hvad de enkelte diskurser egentlig betyder. Det hænger sammen med, at betydningerne ligger i selve handlingerne (Norris & Jones, 2005). Disse handlinger vil ifølge Scollon altid være *medierede* af teknologier eller kulturelle artefakter (medierende midler) (Wertsch, 1991; 1998). Denne tankegang giver især god mening, når vi kigger på internetbaserede handlinger. Eksempelvis er dét at skrive en besked til en ven på en social netværksside en medieret handling. Den består af en række andre medierende handlinger såsom at tænde for computeren, at logge ind på sin profil, at gå til vennens profil, at taste bogstaver ind i beskedfeltet, at trykke på send, at læse reaktionen på beskeden, at svare på den igen osv. Med Medieret Diskursanalyse vil man være interesseret i selve den sociale handling, det er at skrive beskeden, og efterfølgende i, hvilken rolle diskurs spiller.

Således har mine analyser altid taget det primære udgangspunkt i mine etnografiske observationer af de mest centrale sociale handlinger udført af de unge på de sociale netværkssider – frem for

i de overordnede diskurser, som flourer i og omkring disse netsteder. Eksempelvis kunne man ved første øjekast tro, at emner som 'sex' eller 'forbrug' fylder meget i kommunikationen på et site som Arto, men ved at fokusere på, hvilke handlinger de unge udfører på sitet, finder man ud af, at disse diskurser ikke har så central en placering i forhold til de unges brug af sitet og i forhold til den måde, hvorved de vedligeholder deres venskaber og konstruerer deres identitet.

På et overordnet metodologisk plan kan min tilgang betragtes som neksusanalytisk (R. Scollon & Scollon, 2004). *Nexus Analysis* er et metodisk, teoretisk og analytisk rammeverk inden for Medieret Diskursanalyse, som handler om at kortlægge de centrale (men ikke nødvendigvis diskursive) praksisser inden for et givent undersøgelsesfelt. Dette gøres ud fra et fokus på sociale handlinger som bestående af tre elementer: 1) diskurs, 2) menneskeligt samvær (interaktionsorden) og 3) menneskers historiske livsbaner (habitus). Dette analyseres i forhold til de bredere, sociokulturelle rammer, hvorunder de sociale handlinger foregår. Den metodiske tilgang i neksusanalyse er tæt forbundet med en etnografisk tilgang og er velegnet, når man som jeg bruger sine forskningsresultater til aktivt at indgå i det felt, man undersøger. Kort sagt består en neksusanalyse af tre faser: *engaging*, der udgøres af etnografiske studier og mange forskellige former for dataindsamling; *navigating*, der er selve analysefasen; og *changing*, der knytter sig til det at ændre noget i verden ud fra sin forskning. Et solidt engagement og evnen at opnå en "zone of identification" (R. Scollon & Scollon, 2004) er i neksusanalysen en vigtig forudsætning for overhovedet at kunne udføre grundige analyser.

Min tilgang til at undersøge børn og unges hverdagsoplevelser på sociale netværkssider tager udgangspunkt i at forstå oplevelserne på brugernes egne præmisser. Dermed ligger min tilgang tæt op ad den forskningsstrategi, som i børneforskning kredse kaldes *børneperspektivet* (f.eks. Hake, 1999; Kampmann, 1998), og som antages af flere medieforskere i relation til studier i børn og unges mediebrug (f.eks. Livingstone, 2002; Livingstone & Bober, 2005; Sørensen, 2001b; Sørensen, Audon, & Olesen, 2001).⁹ Dermed er der tale om en synliggørelse af børn og unge, og disse får stemmer og plads som sociale aktører (Sørensen, 2001a, s. 13).

Når jeg i den efterfølgende del af artiklen omtaler "de unge", tænker jeg på såkaldt "almindelige" unge og følger således Kirsten Drottners strategi, når hun fokuserer på unge, "der ikke på forhånd beskrives af voksne som 'problemgrupper' eller markante fans, og som heller ikke selv betegner sig som sådan" (1999, s. 26). Der er altså ikke tale om hverken socialt udsatte eller belastede unge (selvom disse også er repræsenteret på sociale netværkssider) eller specifikke grupper af unge. Derimod anvender jeg en bred definition af ungdom, således at jeg kigger på de gennemsnitlige, typiske unge mellem 12-18 år, som jævnligt anvender sociale netværkssider til at kommunikere med deres venner. Mine analyser tager således udgangspunkt i dem og deres generelle brug.

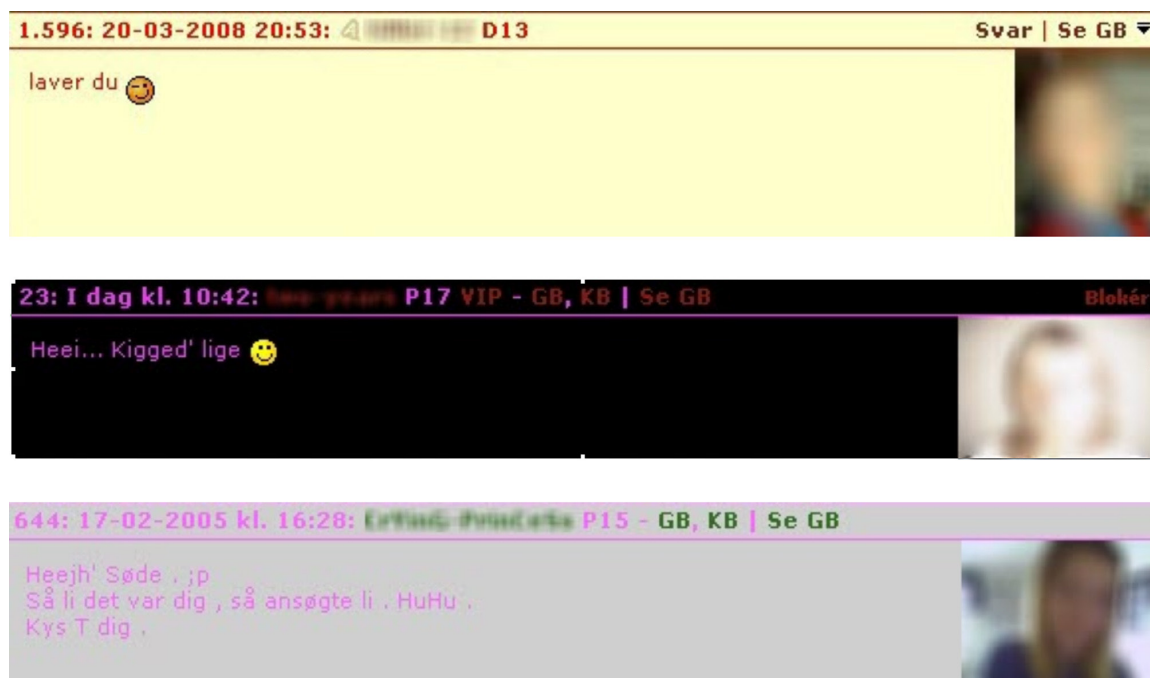
Fatisk kommunikation og selskabelighed

*Fordi at det er hyggeligt at kunne skrive med sine veninder,
og så er man på en måde også mere "opdateret".*

(15-årig pige i online-spørgeskema, 2007)

Således begrundes en 15-årig pige sin brug af Arto. På samme måde fremhæver langt de fleste af mine informanter deres venner (og dermed de sociale og kontaktskabende handlinger) som den primære årsag til, at de bruger sociale netværkssider. Interessant nok er det samværet med de samme venner, som de flere gange dagligt også kommunikerer med via mobiltelefonen eller MSN Messenger, og som de ofte er sammen med ansigt til ansigt. Men sociale netværkssider tilbyder et helt særligt "socialt rum", som netop giver mulighed for at være (endnu) "mere opdateret", som pigen beskriver det i spørgeskemaet.

På eksempelvis Arto er 'gæstebogen' den mest anvendte funktion. Den bruger mange unge på samme måde, som de bruger sms'er: til at skrive mange, korte beskeder til hinanden i løbet af dagen. En besked, man ofte ser, er "Hej, hvad laver du?" eller den mere forkortede udgave "Laver?". Således er der ikke nødvendigvis noget indholdsmæssigt formål med det, de unge Arto-brugere skriver. Meget af kommunikationen er blot for kommunikationens egen skyld. Som en 15-årig pige selv giver udtryk for i et fokusgruppeinterview, så er det, de skriver til hinanden i deres gæstebøger, "faktisk ret kedeligt" (Larsen, 2005). Det er ofte ikke et indholdsmæssigt formål, der er omdrejningspunktet. De små, korte beskeder har i stedet en fatisk funktion¹⁰, hvor det handler om at holde venskaber ved lige eller bekræfte hinanden i sine venskaber:



(Gæstebogsbeskeder på Arto, 2005 og 2008)

Der er altså tale om det, som den tyske sociolog og kulturfilosof Georg Simmel ville kalde "sociability" (1949; 1950; 1971). De unge bruger Arto som en slags legende selskabelighed; det er samvær, selvom de ikke er sammen ansigt til ansigt. De skriver om alt muligt, men det, der betyder noget, er, at de kommunikerer. Det er altså den øjeblikkelige meddelelse, der skaber "teksten" i kommu-

nikationsprocessen (Audon & Poulsen, 2001, s. 65). Beskeder med ordlyden "Hvad laver du?" eller "Kiggede lige" kan, ud over at være konversationsstartere, også have den funktion at sige: "Hej, jeg er stadig din ven, og jeg interesserer mig for dig." På den måde bekræftes venskabet; det bliver holdt ved lige ved "lige nu" at vise en umiddelbar interesse for hinanden. Derfor er disse daglige retoriske spørgsmål og sniksnak frem og tilbage mellem brugerne ikke ligegyldige, men en vigtig del af det at praktisere "ungdom".

Denne form for selskabelighed og "væren sammen" med vennerne er for brugerne det primære formål med at bruge Arto. Og de unge er godt selv klar over, at sociale netværkssider er mere end bare et udtryk for, at man "keder sig". Eksempelvis fremhæver de ofte selv det venskabsvedligeholdende som et positivt element ved internettets mødesteder:

... takket være internettet har jeg fået nye venner og veninder. Jeg har også fået et bedre forhold til de venner og veninder, jeg havde i forvejen.

(15-årig dreng i online-spørgeskema, 2007)

For børn og unge er internettet således ikke kun en informationsteknologi, men med brugen af sociale netværk i høj grad også en "selskabelig teknologi" (Hjarvard, 2005). I relation hertil udgør sociale netværkssider et særligt vigtigt socialt rum, fordi den daglige, flygtige kommunikationen her bliver fastholdt, hvilket ikke nødvendigvis er tilfældet på nogle af de øvrige sociale medier, som unge benytter sig af (som f.eks. mobilen eller MSN Messenger):

Det er lidt sådan en opsamling over hvad man har foretaget sig [...] Altså, man kan gå tilbage og se, hvad man tidligere har snakket om, hvis det er.

(15-årig pige i fokusgruppeinterview om gæstebogen på Arto, 2005)

Selvom man også har mulighed for at gemme sms'er, msn-logs osv., er en social netværksside særlig på den måde, at den giver en "opsamling" over kommunikation og oplevelser. Derfor er det vigtigt, at de søde beskeder ikke er gemt væk i private samtaler, men ligger lige derude, hvor man selv og alle andre kan se dem, eller let kan finde tilbage til dem. På nettet er der således hos den enkelte bruger både tale om en opførsel af "identitet i praksis", men også en forståelse af "identitet over tid" (Lemke, 2007). Den enkelte bruger anvender vennernes beskeder og beskrivelser til både at give og få en forståelse af sig selv. Dermed er brugerne medkonstruktører af hinandens identitet i det særlige sociale rum, som de sociale netværkssider kan udgøre for unge mennesker.

Statusopdateringer og konstant tilstedeværelse

At de unge føler, at de har fået et "bedre forhold" til vennerne, eller at de bliver "mere opdateret", skyldes ikke kun den fatiske en-til-en-kommunikation, som dagligt finder sted. Ud over de små gæstebogsbeskeder er sociale netværkssider også fyldt med meddelelser eller statusopdateringer, som sendes ud som en slags massekommunikation til de kontakter, man har på sin venneliste.

Følelsen af “ambient awareness” eller konstant tilstedeværelse er dog ikke noget nyt, som er opstået i takt med de sociale netværk. Med tidligere medier, som ikke decideret var designet til formålet, har vi også praktiseret det at mikroblogge, se eksempelvis ovennævnte eksempel med unges Messenger-brug. Men de sociale netværk som eksempelvis Facebook er unikke på den måde, at de samler alle disse sociale informationer og præsenterer dem i en konstant strøm på den personaliserede forside, vi logger ind på. Således styrker de sociale netværk følelsen af, at vi er forbundet med hinanden. Og der er tale om mere end blot den form for forestillet forbundethed, som forskere har peget på, at man får ved blot at have sin mobiltelefon på sig. Som tidligere undersøgelser også har peget på, så svækker internetkommunikation ikke vores nære relationer, men styrker derimod de mere løse (Wellman et al., 2003), hvilket i høj grad er tilfældet med sociale netværk. Især for unge, som er dem, der tilbringer mest tid på de sociale netværk. Eksempelvis forklarer en 16-årig pige om sine oplevelser på Arto, at hun:

[...] faktisk har fået tættere bekendtskaber til dem der før var “bekendte”

(16-årig pige i online-spørgeskema, 2007)

Som eksemplerne ovenfor også vidner om, så fylder vennernes navne meget i de unges statusopdateringer, og det står klart, at de i langt tydeligere grad end eksempelvis voksne Facebook-brugere anvender mikroblogging på en venskabsvedligeholdende måde. Det hænger sammen med, at venskaber generelt betyder meget i teenageårene, hvor man som ung spejler sig selv og opsætter normer for opførsel i kraft af sine venner. Det gælder i høj grad i forhold til de venner, som de unge selv kalder for “IRL-vennerne”.

Men hvad vil det sige “at være venner”?

IRL står for “in real life” og er et udtryk, som man ofte møder de på unges sociale netværkssider. For selvom de primært kommunikerer med deres eksisterende venner fra omgangskredsen via sociale netværkssider, så finder de også ind imellem nye venner. Deraf kommer behovet for at skelne mellem nogle, man kender “i virkeligheden”, og nogle, man kun kender via internettet (som dog kan være lige så værdifulde bekendtskaber). Sidstnævnte får betegnelsen URL (un-real life). Jeg har eksempelvis set vennelister, hvor profillejeren har skrevet små mærkater under hver ven, som angiver, hvilken relation der er tale om, og om vedkommende er irl- eller url-ven (eller i nogle tilfælde “chatven”):



(Uddrag af 16-årig piges venneliste på Arto, 2007)

På de sociale netværkssider findes denne skelnen nemlig ikke som udgangspunkt.¹³ Her optræder alle kontakter (bedste venner, kærester, klassekammerater, chatvenner og perifere bekendte) på en samlet *venneliste*. Og lige pludselig står man over for tanker omkring, hvad det egentlig vil sige at være venner.

Det kan også være grunden til, at ordet “ven” rent diskursivt tillægges en anden betydning hos unge. Jeg har i min tid som etnograf på de unges sociale netværkssider observeret, at deres måde at bruge venskabsbegrebet på adskiller sig fra min egen¹⁴ og ældre generationers. Både i kommunikationen online og i mine kvalitative data oplever jeg, at de personer, jeg ville betegne som “bekendte”, svarer til dem, som de unge kalder “venner”. Omvendt er dem, jeg betragter som mine venner, i de unges sprogunivers omtalt som “dem, de elsker overalt på jorden”. Kærlighedsdiskursen er generelt meget fremtrædende blandt unge på sociale netværkssider. Og det er der flere grunde til. Dels er deres sprog præget af en tv-amerikanisering, hvor man udtrykker alting en smule mere forstærket, og dels er den kærlige diskurs en del af den måde, hvorpå unge er medkonstruktører af hinandens identitet og løbende bekræfter hinanden i deres venskaber (Larsen, 2005). Men det hænger også sammen med, at ordet “ven” i kraft af de sociale netværks boomende popularitet er blevet et mere udhulet begreb (en diskussion, vi også ser p.t. blandt voksne Facebook-brugere). At “være venner” klinger lidt hult, fordi man er det på nettet med næsten alle, man kender (både irl og url), hvilket i nogle tilfælde kan være over 100, 200 eller 300 personer. Derfor må man på de sociale netværkssider gøre eller sige noget andet for at signalere, hvem der egentlig er ens “rigtige venner”. Og det kan således også være grunden til, de unge brugere med meget kærlige ord omtaler deres venner i statusopdateringer, profildekster, brugernavne osv.

At unge tager andre midler i brug for at signalere, hvem der egentlig er deres venner, kommer eksempelvis også til udtryk på Arto, hvor man har mulighed for at blive “Arto-gift”. Her kan man indgå et virtuelt ægteskab med én anden bruger. En funktion, som man ellers kunne forestille sig ville blive brugt af irl-kærester, hvilket nok også har været den oprindelige idé. Blandt brugerne er det dog praksis, at man “gifter sig” med én fra eget køn. Således er pigerne gift med hinanden, og drengene er gift med hinanden. Det skyldes, at man ved denne funktion har mulighed for at signalere, hvem der er ens “allerbedste ven”:



(To 15-årige drenge og irl-venners bryllupsbevis på Arto, 2007)

Dette svarer til tidligere tiders brug af venindebøger, venindehalskæder eller lignende, hvor man satte én person (i form af navn eller billede) i sit hjerte. Rent teknisk har man ikke denne mulighed på de sociale netværkssider, hvorfor de unge selv har ændret brugen af nogle af funktionerne for at tilpasse sitet deres egne behov.¹⁵

En udvidet forståelse af venskabsbegrebet

Spørgsmålet er, hvordan vi som forskere rent begrebsmæssigt definerer venskab, når vi undersøger, hvordan det dyrkes på sociale netværkssider? I den tidlige internetforskning har der været en tendens til at se sociale relationer, som udelukkende eksisterende via internettet, som ikke-virkelige eller uægte; eksemplificeret ved Sherry Turkles brug af begrebet "virtual friends":

... is it really sensible to suggest that the way to revitalize community is to sit alone in our rooms, typing at our networked computers and filling our lives with virtual friends?
(Turkle, 1995, s. 235)

En holdning til online-relationer, man stadig ser i den nyere litteratur inden for feltet omkring sociale netværk og ikke mindst i den offentlige debat, hvor eksempelvis Facebook ofte betegnes som et pseudonetværk (f.eks. Egede-Schrøder, 2008) eller en popularitetskonkurrence (eks. Skog, 2008). Hos børn og unge kan et venskab online dog være lige så virkeligt og værdifuldt som et venskab offline:

Jeg har mødt nogle veninder og venner, der betyder meget for mig. Jeg fik min første kæreste via internettet, og mine bedste veninder i dag er nogle, jeg kender fra internettet. Det er generelt meget let at skabe nye kontakter, og hvis man har det svært ved at være social, så er det en god idé at få netvenner, for her oplever du hinanden på en helt anden måde.

(14-årig pige i online-spørgeskema, 2007)

Generelt skelner børn og unge ikke mellem venner, de har lært at kende over nettet, og venner, som de kender fra deres fysiske omgangskreds. I deres øjne kan det ene være lige så værdifuldt som det andet:

mine forældre har altid sagt "dem der bruger nettet til, at finde venner/kærester, har endten ikke noget liv, ellers er de psykopater.." så jeg blev rigtig glad for, at jeg fandt nogle gode venner, og en enkelt kæreste, for så kunne jeg afbrække deres fordomme!

(16-årig pige i online-spørgeskema, 2007)

Som Beer også peger på, så vokser unge mennesker op med sociale netværkssider og dermed en anden forståelse af, hvad det vil sige at være venner (2008). Således har jeg også oplevet, at mine respondenter taler om sociale netværk som en slags huskeseddel over alle dem, de kender:

*jeg synes at jo flere der har en bruger på noget jo bedre ligesom f.eks. natiox
der kan man næsten finde alle dem man kender*

(13-årig pige i online-spørgeskema, 2007)

Og de ser det desuden som helt legitimt at "stjæle" venner fra hinanden:

*Der er også mange gange f.eks... hvis nu f.eks. jeg går ind på Charlottes profil, så måske
hun er ven med en, som jeg f.eks. også kender, som jeg bare ikke har tænkt over.*

(15-årig pige om hendes brug af Arto i fokusgruppinterview, 2005)

På den måde kan de venskaber, der befinder sig ude i periferien, til enhver tid blive taget op, og i ovenstående tilfælde skyldes det netop de sociale netværkssider som medie. Hos mange unge er der et behov for at have alle venner og bekendte (hvor perifere de end er) samlet, fordi kun på den måde vil vennelisterne og dermed deres profiler fungere som en samlet oversigt over den enkelte brugers sociale berøringsflade (både online og offline), hvilket er med til at sikre, at man ikke glemmer nogen.

I relation hertil mener jeg ikke, at unges venskaber generelt skal ses som overfladiske eller pseudobekendtskaber. Deres sociale berøringsflade har givetvis udvidet sig, men det er ikke ensbetydende med, at de ikke har plads til de nære venskaber. De har mange venner, hvoraf nogle blot er tilføjet af ren høflighed og som en anerkendelse af, at man kender hinanden, men det er tydeligt, hvem der er de nære venner; de bliver nemlig præsenteret i mange sammenhænge på deres profiler. Vennelister på sociale netværkssider fungerer derimod for nogle unge som en database eller "social glue", og netop derfor er det interessant at se på, hvordan vi forskningsmæssigt definerer venskab.

Boyd og Ellison foreslår, at vi skelner mellem "friends" (offline: uden for sociale netværkssider) og "Friends" (online: på sociale netværkssider) (Boyd & Ellison, 2007). Problemet med teoretisk at indføre en sådan skelnen er blot, at der ofte er tale om de samme mennesker. Sociale netværk er efterhånden blevet så mainstream, at "the 'everyday sense' of friend can often be the SNS Friend" (Beer, 2008). Ud over de personer, som vi betegner som venner i de fysiske rum, og som vi også er "Venner" med på sociale netværkssider, lukker vi dog typisk mange flere ind på vores venneliste. Der er tale om en lang liste af perifere bekendte, som vi ofte kun omgås online. Og dermed ændrer de sociale netværk måske ved vores opfattelse af, hvad det vil sige at være venner, som de unges brug af sociale netværkssider allerede peger på. Derfor er vi rent forskningsmæssigt også nødt til at udvide venskabsbegrebet og nedbryde dikotomien mellem 'online' og 'offline':

*Perhaps one of the things that SNS reveal, in the way that they are integrated into the
mundane ways people live and as they communicate mundane aspects of their lives to
other users (in photos, status, views, activities, favourites, and so on), is that we need to
consider other types of theoretical frameworks and the grounding premises that under-
pin them.*

(Beer, 2008)

Det handler altså om at forstå, hvordan sociale relationer udspiller sig på tværs af rum. Derfor giver det måske heller ikke så meget mening normativt at tale om 'venskaber', da dette begreb kan være kontekstafhængigt.

Sociomentale bånd og forbundethed

Frem for "online" vs. "offline", "irl" vs. "url" eller "venner" vs. "Venner", mener jeg, at vi må finde på andre begreber, som bedre beskriver brugen af sociale netværk og de relationer, som vi vedligeholder på disse internetsider. I 2002 udgav den amerikanske lektor i sociologi Mary Chayko bogen *Connecting – How we form social bonds and communities in the internet age* (2002), som, ifølge forfatteren selv, er en konceptuel og empirisk undersøgelse af social forbundethed. Bogen udkom længe inden, sociale netværkssider blev almen praksis, og intet sted i bogen nævnes dette begreb. Alligevel beskriver bogen ganske godt noget af det, der er på færde i forhold til de mange forskellige sociale relationer, som vi vedligeholder på forskellige internetsider. Først og fremmest gør Chayko op med forestillingen om, at sociale bånd nødvendigvis må baseres på ansigt til ansigt-kommunikation, idet hun fastslår, at:

... one of the strongest and most compelling components of social connecting is the perception of a connection in a person's mind. Even social connections initiated in face-to-face interaction endure periods of separation – often long periods – in which the connectors are physically apart [...]. In fact, though we do not usually think of them this way, the terms social connection, social bond, and social tie are, in virtually all situations, merely metaphors for the "getting together" of people who are separated from one another.

(Chayko, 2002, s. 3)

I bogen opererer Chayko med en række centrale begreber, der dækker over forskellige relationer, som muliggøres via internetbaseret kommunikation. Med begrebet "*sociomental bond*" mener hun en relation, som eksisterer "i bevidstheden"; en følelse eller oplevelse af samhørighed med en anden person, som ikke er afhængig af fysiske møder for at blive vedligeholdt (Chayko, 2002). Sådanne bånd har altid eksisteret, og vores interpersonelle relationer og sociale strukturer er altid blevet påvirket af vores måde at bruge og udvikle teknologier på (Chayko, 2002). Men især kommunikationsteknologier "inspire subtle ways of thinking and behaving that would never have been possible prior to their invention and adoption" (Chayko, 2002, s. 9).

Mange af de relationer, vi har på sociale netværkssider, kan beskrives som "sociomentale". Vi føler en samhørighed eller konstant tilstedeværelse med mennesker, som vi sjældent ser ansigt til ansigt, men via deres mange forskellige sociale informationer (statusopdateringer, billeder osv.) vedligeholder vi mentalt vores forbindelser til disse mennesker. På samme måde som vi bruger billeder eller genstande til at vedligeholde bånd med eksempelvis nære (og afdøde) familiemedlemmer eller venner, bruger vi de sociale netværkssider til at vedligeholde bånd til de mange forskellige kontakter, vi har (det være sig nære, løse, perifere, online eller offline bekendtskaber).

Således kan sociale netværkssider opfattes som “*sociomental spaces*”, hvor vedligeholdelsen af sociomentale relationer er sat i system på en måde, hvorved vores profiler og vennelister fungerer som en visuel udgave af de “*mental maps*”, som ellers kun fungerer i vores bevidsthed, men som repræsenterer vores nuværende viden om, hvor bestemte mennesker, objekter eller aktiviteter befinder sig, og hvad de betyder for os. Ifølge Chayko tillader mentale maps os at samle, organisere, opbevare, genkalde og manipulere information og hjælper os med at estimere sociale positioner og social distance. Dermed repræsenterer de på talrige, små, subtile måder vores sociale virkelighed, som vi forstiller os den (Chayko, 2002, s. 35). Dog er det vigtigt at forstå, at Chayko ikke ser “*sociomentale spaces*” som fysiske steder eller rum:

Sociomental space is a grand mental field in which an infinite number of collective mental maps are formed and intersect. It is the space in which we can say that connections and bonds form; where we can feel close to others who are physically distant; where environments and habitats wrap around us; and where we can “map” and chart connections and communities.

(Chayko, 2002, s. 37)

Men hvis vi bliver i denne metafor, kan sociale netværkssider opfattes som en visuel repræsentation af dette “mentale felt”, hvor vi “mapper” og vedligeholder sociomentale bånd til personer i vores netværk, når vi ikke har mulighed for at være sammen med dem ansigt til ansigt. Nogle af disse personer er *particular others* (dem, vi i daglig tale betegner som vores venner, og som vi også ser ansigt til ansigt) og andre er *typified others* (f.eks. en fjern slægtning, en chatven, en berømt, en politiker eller endda en fiktiv karakter), som vi aldrig ser ansigt til ansigt, og som udelukkende eksisterer i kraft af de sociomentale bånd, men som vi alligevel føler en vis forbundethed med qua den strøm af sociale informationer, som de lukker ud på deres profil. Ifølge Chayko er det vigtigt at have begge slags relationer, og den ene er ikke nødvendigvis mere værdifuld end den anden (Chayko, 2002). Et synspunkt, som mange børn og unge givetvis ville være ganske enige i.

Et par afsluttende bemærkninger

Med denne artikel har jeg haft til hensigt at demonstrere, hvordan sociale netværkssider indgår som en naturaliseret del af danske børns og unges sociale hverdagsliv. Artiklen har vist, hvordan ofte fremsatte dikotomiske forskelle mellem online/offline, ægte/uægte, virkelig/uvirkelig osv. ikke giver meget mening i forhold til venskab og socialitet på internettet.

Artiklen har også demonstreret, at forskningen inden for sociale netmedier er et hurtigt udviklende felt, hvor det stadig diskuteres, hvordan vi teoretisk skal forstå og definere centrale begreber. I forhold til børns og unges brug af sociale netværkssider er der sket meget i løbet af de fire år, hvor jeg har fulgt de 12-18-åriges brug. Og netop som denne artikel bliver skrevet, er der en massevandring i gang fra Arto til Facebook. De unge er inden for de seneste måneder (eller nærmere betegnet uger) i stigende grad holdt op med at bruge Arto (og en række andre sociale netværkssider), og flere opret-

ter nu profiler på Facebook (også dem under 13 år, som ellers er minimumsalderen på sitet). Dette giver nogle interessante problemstillinger i forhold til forholdet mellem barn og forældre. Skal man være ven med mor og far? Hvordan forvalter man det? Hvad betyder det for kommunikationen generationerne imellem, at man har samme referenceramme? Pt. opretter mange forældre profiler for deres børn på eksempelvis 9-10 år, som gerne vil på Facebook. Dermed er flere generationer repræsenteret på samme sociale netværk, hvilket er noget nyt i en dansk kontekst. Noget tyder på, at de moralske panikker har lagt sig, og at sociale netværk er blevet domesticeret og integreret som del af hverdagen hos den brede befolkning. Og hvad dét betyder for vores fremtidige måde at kommunikere og socialisere via internettet på, skaber grobund for nye, interessante forskningsspørgsmål.

Referencer

- Audon, L., & Poulsen, I. (2001). Chat – at snakke på skrift. In B.H. Sørensen (Ed.), *Chat – leg, identitet, socialitet og læring* (pp. 63-79). København: Gads Forlag.
- Baym, N.K. (1998). The emergence of on-line community. In S.G. Jones (Ed.), *Cybersociety 2.0: Revisiting computer-mediated communication and community* (pp. 35-68). Thousand Oaks, CA, USA: Sage Publications, Inc.
- Baym, N.K. (2000). *Tune in, log on: Soaps, fandom, and online community*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, Inc.
- Baym, N.K. (2007). The new shape of online community: The example of Swedish independent music fandom. *First Monday*, 12(8). Fra: http://firstmonday.org/issues/issue12_8/baym/index.html.
- Beer, D. (2008). Social network(ing) sites ... revisiting the story so far: A response to danah boyd & nicole ellison. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(2), 516-529.
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. New Haven: Yale University Press.
- boyd, d. (2006). Friends, friendsters, and top 8: Writing community into being on social network sites. *First Monday*, 11(12). Fra: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/1418/1336>.
- boyd, d. (2007). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, identity, and digital Media* (pp. 119-142). Cambridge, MA: The MIT Press.
- boyd, d., & Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Buffardi, L.E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Pers Soc Psychol Bull*, 34(10), 1303-1314.
- Chayko, M. (2002). *Connecting: How we form social bonds and communities in the internet age*. Albany, N.Y.: State University of New York Press.
- Drotner, K. (1999). *Unge, medier og modernitet – pejlinger i et foranderligt landskab*. Valby: Borgen.
- Drotner, K., Jensen, K.B., Poulsen, I., & Schrøder, K. (1996). *Medier og kultur. en grundbog i medieanalyse og medieteori* (1. udgave, 5. oplag 2000). Valby: Borgen.
- Egede-Schrøder, S. (2008, 15. januar). Fuck facebook! *Kommunikationsforum*. Fra: <http://www.kommunikationsforum.dk/default.asp?articleid=12973>.
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook "friends:" social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. Fra: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>.

- Finnemann, N.O. (2005). *Internettet i mediehistorisk perspektiv* (1. udgave). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Hake, K. (1999). Barneperspektivet – en forskningsstrategi. In C.L. Christensen (Ed.), *Børn, unge og medier. Nordiske forskningsperspektiver* (pp. 193-208). Göteborg: Nordicom.
- Hjarvard, S. (2005). *Det selskabelige samfund: Essays om medier mellem mennesker* (ny og udvidet udgave) (2. udgave). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. London: SAGE Publications Ltd.
- Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., boyd, d., Cody, R., Herr, B., et al. (forthcoming). *Hanging out, messing around, geeking out: Living and learning with new media*. Cambridge: MIT Press.
- Java, A., Song, X., Finin, T., & Tseng, B. (2007). Why we twitter: Understanding microblogging usage and communities. *Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 Workshop on Web Mining and Social Network Analysis*, San Jose, California. *WebKDD/SNA-KDD '07* 56-65.
- Jensen, J.L. (2009). Fra onlinefællesskaber til onlinenetværk. Facebook som augmentering af den sociale virkelighed. *MedieKultur*, 46, 86-99.
- Jones, R.H., & Norris, S. (2005). Discourse as action/discourse in action. In S. Norris, & R.H. Jones (Eds.), *Discourse in action. Introducing mediated discourse analysis* (pp. 3-14). London; New York: Routledge.
- Kampmann, J. (1998). *Børneperspektiv og børn som informanter*. Arbejdsnotat nr. 1. København: Børnerådet.
- Larsen, M.C. (2005). *Ungdom, venskab og identitet – en etnografisk undersøgelse af unges brug af hjemmesiden Arto*. Speciale i Medieformidlet Kommunikation, Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet.
- Larsen, M.C. (2007). Kærlighed og venskab på arto.dk. *Ungdomsforskning*, 6(1), 11.
- Larsen, M.C. (2008a). Online social networking: From local experiences to global discourses. *Internet Research 9.0: Rethinking Community, Rethinking Place*, Association of Internet Researchers, København: Oktober 2008.
- Larsen, M.C. (2008b). Understanding social networking: On young people's construction and co construction of identity online. In K. Sangeetha (Ed.), *Online networking – connecting people* (General Management ed., Kapitel 15). India: Icfai University Pres.
- Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2006). A face(book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. Paper presented at the *Proceedings of the 2006 20th Anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work*, Banff, Alberta, Canada.
- Leander, K.M., & McKim, K.K. (2003). Tracing the everyday 'Sittings' of adolescents on the internet: A strategic adaptation of ethnography across online and offline spaces. *Education, Communication & Information*, 3(2), 211-240.
- Lemke, J.L. (2007). Identity, development and desire: Critical questions. In C.R. Caldas-Coulthard, & R. Iedema (Eds.), *Identity trouble: Critical discourse and contested identities*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Lenhart, A., & Madden, M. (2007). *Teens, privacy & online social networks: How teens manage their online identities and personal information in the age of MySpace*. Washington, D.C.: Pew Internet & American Life Project. Fra: http://www.pewinternet.org/PPF/r/211/report_display.asp.
- Lindlof, T.R., & Shatzer, M. (1998). Media ethnography in virtual space: Strategies, limits, and possibilities. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42.
- Livingstone, S. (2002). *Young people and new media*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Livingstone, S., & Bober, M. (2005). *UK children go online. Final report of key project findings*, Department of Media and Communications, The London School of Economics and Political Science.
- Marcus, G.E. (1995). Ethnography In/Of the world system: The emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95-117.
- Mortensen, L.B. (2008). Danmark nummer 2 i verden på facebook. MediaWatch, December 2008.
- Norris, S., & Jones, R.H. (Eds.). (2005). *Discourse in action. Introducing mediated discourse analysis*. London: Routledge.
- Rapley, T. (2007). *Doing conversation, discourse and document analysis*. London: SAGE Publications.
- Raudaskoski, P., & Rasmussen, T.A. (2003). Cross media and (inter)active media use. A situated perspective. In G.F. Lowe, & T. Hujanen (Eds.), *Broadcasting & convergence: New articulations of the public service remit* (pp. 313-325). Göteborg, Sweden: Nordicom.

- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Reading, Mass.: Addison-Wesley Publishing Company.
- Scollon, R. (2001a). Action and text: Towards an integrated understanding of the place of text in social (inter)action, mediated discourse analysis and the problem of social action. In R. Wodak, & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse analysis* (pp. 139-183). London: Sage Publications.
- Scollon, R. (2001b). *Mediated discourse: The nexus of practice*. London; New York: Routledge.
- Scollon, R., & Scollon, S.B.K. (2004). *Nexus analysis: Discourse and the emerging internet*. London; New York: Routledge.
- Simmel, G. (1950). *The sociology of Georg Simmel. Translated, edited, and with an introduction by Kurt H. Wolff*. New York: The Free Press.
- Simmel, G. (1971). Sociability. In G. Simmel (Ed.), *On individuality and social forms*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Simmel, G., & Hughes, E.C. (1949). The sociology of sociability. *The American Journal of Sociology*, 55(3), 254-261.
- Skog, B. (2008). *Fra world of warcraft til YouTube. Bruk av dataspill og nettsamfunn blant deltagere på The Gathering*. Trondheim: NTNU. Fra: <http://www.svt.ntnu.no/iss/Berit.Skog/rapporter/Fra World of Warcraft til YouTube Rapport.pdf>.
- Sørensen, B.H. (2001a). Børns hverdagsliv med de nye medier. In B.H. Sørensen, L. Audon & B.R. Olesen (Eds.), *Det hele kører parallelt: De nye medier i børns hverdagsliv* (pp. 11-45). København: Gads Forlag.
- Sørensen, B.H. (Red.). (2001b). *CHAT – leg, identitet, socialitet og læring* (1. udgave). København: Gads Forlag.
- Sørensen, B.H., Audon, L., & Olesen, B.R. (Red.). (2001). *Det hele kører parallelt: De nye medier i børns hverdagsliv. 14 portrætter* (1. udgave). København: Gads Forlag.
- Thompson, C. (2008, September 7). Brave new world of digital intimacy. *The New York Times Magazine*, September 2008.
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen. Identity in the age of the internet*. New York: Simon and Schuster.
- Wellman, B., Quan-Haase, A., Boase, J., Chen, W., Hampton, K., Isla de Diaz, I., et al. (2003). The social affordances of the internet for networked individualism. *Journal of Computer Mediated Communication*, 8(3).
- Wertsch, J.V. (1991). *Voices of the mind: A sociocultural approach to mediated action*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Wertsch, J.V. (1998). *Mind as action*. New York: Oxford University Press.

Noter

1. Nogle af de seneste opgørelser peger på, at Facebook rummer over 1,6 millioner danske profiler, og at 30 pct. af befolkningen således skulle være brugere (Mortensen, 2008). Disse tal skal dog i høj grad tages med et gran salt, da antallet af profiler givetvis ikke er tilsvarende antallet af faktiske brugere. Eksempelvis kan man finde både nisser, dyr eller spædbørn blandt de danske Facebook-profiler.
2. Baym vælger at anvende betegnelsen "online community" og kritiserer tidligere tiders studier af "virtual communities" for ikke at være grundigt nok empirisk begrundet, men i stedet baseret på autobiografiske eller spekulative refleksioner, hvilket også betød, at begrebet "virtual community" blev en noget abstrakt størrelse. Dermed kritiserede Baym også de studier, som ud fra en dystopisk tankegang behandlede communities som værende "ikke-virkelige" (1998; 2000).
3. Eksempelvis dem, som det store amerikanske forskningsprojekt "Digital Youth" med bl.a. Mimi Ito i spidsten kalder for "nørder": "In contrast to friendship-driven practices, with interest-driven practices, specialized activities, interests, or niche and marginalized identities come first. Interest-driven practices are what youth describe as the domain of the geeks, freaks, musicians, artists, and dorks, the kids who are identified as smart, different, or creative, who generally exist at the margins of teen social worlds" (Ito et al., forthcoming).

4. På engelsk vælger forfatterne at anvende betegnelsen "social network site" frem for "social networking site", som ellers også ofte anvendes i den offentlige debat som betegnelse for netmødestederne. Det skyldes, at de mener, "networking" indikerer nye bekendtskaber, frem for – som det ofte er tilfældet med de populære amerikanske sites som MySpace og Facebook– vedligeholdelse af eksisterende sociale relationer (boyd & Ellison, 2007). Denne skelnen kritiseres bl.a. af Beer, som mener, at "networking" ville passe bedre til forfatternes ellers ret brede definition (2008). På dansk vælger jeg at anvende betegnelsen "social netværksside".
5. Lignende diskussioner om definitioner fandt sted, da andre nye medieformer skulle defineres, eksempelvis i forhold til interaktivt tv, hvor Raudaskoski og Rasmussen fremhæver, at man frem for at opstille typologier med udgangspunkt i tekniske features i stedet bør fokusere på at forstå "the general possibilities that people have in different situations of media use" (2003).
6. En amerikansk undersøgelse viser, at dem, der udviser narcissistiske træk på Facebook, er dem, der også gør det i deres offline-liv: "Narcissists act, portray themselves, and are perceived on social networking sites in a manner similar to how they behave in real, offline life" (Buffardi & Campbell, 2008).
7. Rapley laver en opsplitning mellem "researcher-prompted data" og "naturally occurring data"; det vil sige en skelnen mellem data, som forskeren genererer, og data, som allerede eksisterer "derude" (Rapley, 2007). Begge typer af data skal man ifølge Rapley være opmærksom på, da de udgør en del af forskerens arkiv. Jeg vil dog i mit tilfælde tilføje endnu en kategori: nemlig det data, som genereres af eksisterende forskningsresultater.
8. "My PhD Blog: Understanding Youth and Online Social Networking": <http://malenel.wordpress.com/>.
9. Livingstone og Bober beskriver børneperspektivet som: "A child-centred approach invites children's own understandings of their daily lives. It regards children as active, motivated and imaginative (though not necessarily sophisticated) agents who shape the meanings and consequences of the 'new' through the lens of their established social practices" (Livingstone & Bober, 2005, s. 6).
10. Hos Jakobson har den fatiske sprogfunktion at gøre med træk, der etablerer eller vedligeholder kontakten mellem afsender og modtager og sikrer, at man er på bølgelængde (Drotner, Jensen, Poulsen, & Schrøder, 1996, s. 179).
11. Mikroblogging er defineret som en form for blogging, hvor brugerne i kraft af korte tekst-opdateringer på typisk under 140 karakterer publicerer og deler information om deres nuværende status, aktiviteter eller meninger med en (u)afgrænset gruppe af mennesker via mobil, internet, e-mail eller instant messaging (Java, Song, Finin, & Tseng, 2007).
12. Projektet "Ambient Awareness": <http://www.awareness.id.tue.nl/main.php>.
13. Jeg er dog klar over, at flere sociale netværkssider med tiden har integreret muligheden for under vennelisten at angive, hvorfra/hvordan man kender hinanden.
14. Jeg selv er 29 år.
15. Således betyder et ægteskab noget helt andet på Arto end det gør på eksempelvis Facebook, hvor voksne ofte angiver deres virkelige ægtefælle som den person, de er gift med. I skrivende stund rykker flere 13-18-årige brugere over på Facebook (nogle fra Arto), og det bliver interessant at se, om de i så fald vil bruge funktionen med at være "gift" på en anden måde. Jeg har dog fra amerikanske forskere hørt, at nogle amerikanske collegestuderende har brugt Facebook på en lignende måde. Det vil sige, at veninder i deres profil angav, at de var gift med hinanden. Dog er det vigtigt at forstå, at en sådan praksis afhænger af sitet og den "kultur", som er opstået det pågældende sted.