

**Er du i Facebook? Spørsmålet høres daglig, og det signaliserer at dette nettsamfunnet er blitt et av de vanligste konversasjonstema i tida.**



**Populært:** På nettstedet Facebook kan du finne nye venner – og venners venner. Ved NTNU er det registrert 10 000 medlemmer.

## Facebook og Friends

### Kronikk



**BERIT SKOG**  
Førsteamanuensis,  
Inst. for sosiologi  
og statsvitenskap,  
NTNU

**For Facebook har hatt** en eksplosjonsaktig utbredelse siden oppstarten for to år siden. Fra å være et lukket forum for studenter i USA ble det tilgjengelig for alle høsten 2006. I dag har det mer enn 19 millioner deltagere. Typisk for Facebook er at en på hjemmesiden kan legge ut sin egen profil med bilde og kort biografi. En kan lage vennelister, fortelle om interesser, vise bilder, sende hilsener. Man får tilgang til venners profiler og de siste aktivitetene deres på denne nettarenaen.

Ved NTNU er det ca 10 000 registrerte medlemmer i Facebook. Da er det rimelig å undersøke hva brukergruppen selv mener om dette nettsamfunnet. Jeg tok i bruk et diskusjonsforum, og inviterte bachelorstudenter til å formidle sine erfaringer. Hva er suksessfaktorene til Facebook? Hva oppleves som negativt? I det følgende brukes studentenes vurderinger til å underbygge fremstillingen.

#### Det digitale vennsamfunnet

Facebook kan beskrives som et digitalt vennsamfunn. Det fremstår som en ny teknologisk

plattform for å synliggjøre, underbygge og utvide vennekretsen, og er særlig utbredt i studentmiljø. Dette fordi venner er spesielt viktig for denne gruppen, altså unge voksne mellom ca 19 og 30 år. De har flyttet hjemmefra og ofte til et nytt sted for å ta utdanning. Da blir venner en viktig ressurs. Facebook blir et tidsriktig svar på Friends-generasjonens behov for sosial tilhørighet.

#### De invitertes selskapslokale

En viktig grunn til Facebooks popularitet er åpenhet. Facebook skiller seg fra andre nettsamfunn ved at en registrerer seg med både for- og etternavn. En har selv kontroll på hvem som får tilgang til hjemmesiden. Dette gjør det tryggere å legge ut fullt navn og ikke bare et nick. Ved å opptre med åpen identitet kan en finne igjen gamle kjente. Facebook gir dermed oppdatert kunnskap om klassekamerater og venner en har glemt at en hadde. Dette fordi terskelen for å ta kontakt ved å ringe eller via sms er langt høyere. Reunionelementet er derfor en viktig forklaring på Facebook-suksessen. En annen forklaring er at nettsamfunnet signaliserer eksklusivitet.

#### Posisjonering for fremtida

Facebook er videre en arena for nettverksbygging ved at deltagerne kan lage interessegrupper, eksempelvis etter fagmiljø, fritidsaktiviteter m.v. Dette net-

tverket kan representere en viktig sosial kapital som en kan dra nytte av for å få informasjon, tips om ledige jobber, altså også en fremtidskapital.

#### Venner som popularitetsbarometer

Facebook kritiseres for å være en arena for flagging av popularitet. Noen opptre med hundervis av venner, andre med en håndfull. Dette nettsamfunnet kan bli et show-off og en konkurranse om å ha flest venner. En konsekvens er at de med få venner vegrer å melde seg inn. De ønsker ikke å synliggjøre sin minimalistiske omgangskrets i en setting der mange oppfatter antall venner som det ultimate symbolet på popularitet og sosial kompetanse.

#### Høy posørfaktor

I tillegg til listing av venner kan en legge ut bilder fra sosiale happenings og fester. Slik blir Facebook også posørenes sosiale felt. Eksponeringspotensial i Facebook er en annen grunn til at mange er negative. Imidlertid kan eksponeringsbehovet forstås som en digital hildring av modernitetens vektlegging på individualisme og synliggjøring av hvem man er. De unge voksne er sosialisert inn i andre normer for selvpresentasjon, og har vanligvis lang erfaring med dette fra andre nettsamfunn. Terskelen for å eksponere seg i det offentlige rom er derfor lavere for denne

enn for voksgenerasjonen.

#### En avansert mobiltelefon?

Facebook har en del felles funksjoner med en annen populær kommunikasjonskanal: mobiltelefonen. Her finnes adresseliste over venner, man lagrer og sender mms-bilder og video, og en holder kontakt via sms. Facebook har imidlertid en annen logistikk. Bilder, videoflipp og lydklipp legges inn på hjemmesiden, som også de inviterte vennene har tilgang til. Dermed blir det langt enklere å nå venner med beskjeder og andre nyheter. Men Facebook erstatter ikke mobilens sms-funksjon. Man har stadig behov for å lage og å reforhandle avtaler, sende beskjeder, flørte med kjæresten. Da er mobilen mer fleksibel og brukervennlig. For Facebook er stasjonær og knyttet til PC-n, med mindre en har en mobil med internettilgang. Uansett vil dette være en upraktisk og krevende løsning.

#### Utslitt av venner

I Facebook blir venners aktiviteter dokumentert og tidfestet. Mange bruker mye tid på å skaffe seg oversikt, ikke minst fordi vennebegrepet er utvidet til også å omfatte periferer beklingskaper. Det tar også tid å oppdatere informasjon, svare på henvendelser og å legge ut bilder. Den kontinuerlige redigeringsjobben har generert begrepet Facebook fatigue. Nettverksbyggingen kan altså

ende opp i et digitalt utmattelsessyndrom.

#### Er Facebook en hype?

Et rimelig svar er at nettsamfunnet har en funksjon så lenge deltagerne er opptatt av å skape og vedlikeholde vennskap. Facebook finansieres gjennom annonseinntekter, og deltagerne får daglig annonsetilbud som er tilpasset de interessene de har oppgitt. Hvorvidt Facebook vedvarer er følgelig avhengig av at deltagerne ønsker de fasilitetene de tilbys. Nye nettsamfunn er nødvendigvis ingen trussel, fordi det vanlige er å være medlem av flere, som eksempelvis Blink og YouTube.

Må man absolutt være venner? Hvordan skal Facebook overleve blant nettsamfunnene? En strategi er å endre på dørvakt-prinsippet. Personer som en ikke ønsker å være venn med, blir i dag ikke invitert inn i varmen. Men også de en bryner seg på, tilfører viktig erfaring og verdifull sosial kapital. En nærliggende option er å tilføre en rankingliste over uvenner. Da vil Facebook avspeile flere sider ved mellommenneskelige forhold og nettverksbygging, og avdekke om en kan forhandle seg til posisjoner også i det digitale landskap. Det siste antas å ha høy attraksjonsverdi for kikkerne i Facebook :).

Berit.Skog@svt.ntnu.no



#### REDAKTØRANSVAR

Pressens faglige utvalg er et klageorgan oppnevnt av Norsk Presseforbund, som behandler klager mot pressen i presseetiske spørsmål. Adresse: PFU, Rådhusgt. 17, pb 46 Sentrum, 0101 Oslo