

Lunds universitet
Institutionen för kommunikation och medier
Medie- och kommunikationsvetenskap
Handledare: Fredrik Miegel
Examinator: Tina Askanius
Examinationsdatum: 2014-02-13

Dennis Bohman
MKVK04

Den medvetna internetanvändaren

En kvalitativ studie om personlig informationshantering på internet

Abstract

Sedan internet och sociala mediers intåg har vårt sätt att interagera och upprätthålla våra sociala relationer förändrats. Med detta tillkommer också förlusten omfattande del av personers privatliv och personliga information. I denna uppsats har jag undersökt hur sex personer relaterar, tycker och anpassar sig till dessa förändringar i en värld full av riktad annonsering och företag drivna av att gå med vinst, genom kvalitativa intervjuer. Resultatet visar att de intervjuade var i olika grad medvetna om hur företagen använde deras personliga information i vinstsyfte, men intervjupersonerna ansåg inte att det fanns något de kunde göra för att ändra på det förhållandet oavsett vad de tyckte om processen. Analysen visar också att intervjupersonerna värdesätter kontroll över sin personliga information och hur denna framställs på internet mycket högt. Resultatet visar även att intervjupersonerna inte var oroliga för faror och hot som framkommit som ett resultat av deras användning av internet och sociala medier, som inte strikt korrelerar med de egna intressena och framställningen av den egna självbilden.

Titel: Den medvetna internetanvändaren - En kvalitativ studie om personlig informationshantering på internet

Författare: Dennis Bohman

Handledare: Fredrik Miegel

Nyckelord: Information, privacy, medvetenhet, informationshantering, personlig information, privatinformation, internet, sociala medier, intrycksstyrning, kontroll

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	s.4
2. Syfte.....	s.5
3. Tidigare forskning.....	s.6
4. Material och metod.....	s.7
5. Teori.....	s.8
6. Analys.....	s.9
6.1. Den medvetna internetanvändaren.....	s.9
6.2. Intrycksstyrning, kontroll och tillit till dörrvakerna.....	s.16
6.3. Vägandet av det positiva mot det negativa, och rädsorna som uppstår.....	s.23
7. Avslutning.....	s.29
8. Källförteckning.....	s.32
9. Bilaga.....	s.34
9.1 Intervjuguide.....	s.34

1. Inledning

I juni 2013 läckte Edward Snowden interna dokument från den amerikanska myndigheten National Security Agency (NSA) som visade i vilken utsträckning som USA spionerat och avlyssnat utländska regeringar och befolkningar. Avlyssningen sträckte sig dock inte enbart till utländska parter och det avslöjades samtidigt att USA systematiskt avlyssnade sin egen befolkning. Detta motiveras i säkerhetens namn i jakten på terroristdåd och illasinnade människor som vill skada landet (SVD.se, 2013). Avslöjandet skapade högljudda protester i USA då de ansåg att det kränkte integritet och privatliv. I december 2013 kunde Uppdrag Granskning utifrån Snowden-dokumenterna avslöja att Försvarets Radioanstalt (FRA) hade ett starkt samarbete med USA och dess NSA. Vad exakt detta samarbete involverar är i skrivande stund fortfarande oklart, men det har avslöjats att FRA har assisterat NSA i så kallade hackningsattacker. Uppdrag Granskning avslöjar även att NSA gett FRA tillgång till programvara som underlättar och möjliggör signalspaning mot den egna befolkningen (Rensfeldt, 2013). Då FRA är en militär anstalt som bedriver verksamhet för rikets säkerhet kan befolkningen i Sverige inte med säkerhet veta i vilken grad FRA bedriver sin signalspaning. Det överliggande problemet som uppstår kring en allt för täckande signalspaning är att människors rätt till privatliv och privat information systematiskt riskerar att kränkas. Människors personliga information har onekligen blivit en oerhört värdefull resurs, både för regeringar och för annonsörer.

Det existerar en viss problematik kring de svenska orden privatliv och privatinformation. De svenska motsvarigheterna till det engelska ordet privacy är inte lika allomfattande applicerbara som det engelska begreppet. Även inom övervaknings- och privacyforskning har man länge kämpat med att definiera ordet privacy för att få en allomfattande definition (Joinson & Paine 2007, s.242). Det finns helt enkelt inte riktigt något lämpligt ord som täcker alla de aspekter som den engelska motsvarigheten gör. Det är av denna anledning som denna uppsats utgår ifrån, och i fortsättningen kommer att använda, det engelska ordet istället för tvivelaktiga översättningar som privatliv eller privatinformation. Denna uppsats utgår ifrån Irwin Altmans definition av privacy. Han definierar ordet som ”The selective control of access to the self.” (Altman 1975, s.24). Med andra ord är privacy möjligheten eller rätten att undanhålla information om sig själv, och förmågan att på egen hand kontrollera när, om och hur den informationen ska bli offentlig. Det är sedan tidigare känt att människor har starka åsikter om rätten till att vara privat (Joinson & Paine 2007, s.245). I ett Sverige där majoriteten av befolkningen befinner sig online, och i en värld där datainsamling av

privat information blivit en stor och lukrativ marknad blir det allt svårare att vara privat med sin information. Det kända uttrycket ”Knowledge is power” har kanske aldrig varit mer sant än i denna kontext. Om kunskap är makt, är likväl information makt. Problemen som uppstår kring privacy på internet är inte ett problem som drabbar en liten grupp. Alla människor som vistas på internet påverkas på ett eller annat sätt av denna fråga. Vare sig det handlar om en användares möjlighet att framställa sig som den vill på internet eller bara en ovilja att dela med sig av sin privata information blir det en viktig och aktuell fråga hur denna information används och lagras för olika ändamål och framförallt hur människor som brukar internet och sociala medier ser på sin egen och andras användning av den personliga informationen.

2. Syfte

För att förstå hur några internetanvändare tänker och resonerar ämnar jag i denna uppsats att undersöka unga människors syn på privacy och datainsamling av privat information på internet. Jag ställer mig frågan hur människor ser på denna utveckling av privatinformation samt hur de förhåller sig till utvecklingen i en värld av sociala medier och personinriktad reklam. Jag är även intresserad av att undersöka hur unga människor värderar sin personliga information på internet och hur medvetna de är om hur deras information samlas in och används av olika företag. Utifrån detta vill jag även undersöka vilka fördelar och nackdelar de ser med sin internetanvändning utifrån deras hantering av den egna personliga informationen.

Uppsatsen frågeställningar är alltså som följer:

- Hur värderar intervjupersonerna sin privacy på internet?
- Hur förhåller sig intervjupersonerna till utvecklingen kring personlig informationshantering som skett exempelvis via sociala medier?
- Hur medvetna är intervjupersonerna om hur deras information används av olika parter på internet?
- Vilka fördelar och nackdelar ser intervjupersonerna uppstå kring deras val att dela personlig information på internet?

3. Tidigare forskning

Sedan internets intåg och under dess utveckling har det ägnats en del uppmärksamhet åt internet och sättet som informationshantering görs på plattformen. Inte minst hur personlig information hanteras och värderas. Forskningsdiskussionen kan ses ha ägt rum utifrån två olika perspektiv. Ett perspektiv som diskuterar privacy och informationshantering på en individuell nivå, och ett perspektiv som diskuterar på en mer allomfattande nivå. I den individuella diskussionen figurerar författare som Joinson & Paine (2007), Whitty & Joinson (2009), Fuchs (2012) med flera, som bland annat diskuterar de förändringar internet har medfört kring vår interaktion med varandra och hur arenan för hantering av personlig information blivit allt mer komplex. Tidigare studier har kommit fram till att människor i stor grad värderar sin privatinformation mycket högt (Joinson & Paine 2007, s.245). Därför är det paradoxalt att andra studier visar att privatpersoner är mer benägna att ge upp personlig information om de lockas med små monetära belöningar. I Acquisti, John & Loewensteins studie *What is privacy worth* undersöker de om konsumenter är villiga att byta delar av sin information mot rabatter att använda i det köpcentrum de befann sig i. De fann att konsumenternas benägenhet att sälja sin information till stor del berodde på hur erbjudandet presenterades. Människor var mer benägna att att sälja sin information om de var under intrycket att informationen på något sätt var skyddad. Även om den monetära belöningen var högre var konsumenterna fortfarande skeptiska till att sälja sin information om de inte ansåg att deras information var skyddad (Acquisti, John & Loewenstein 2013, s.267f). Resultatet överensstämmer med en annan studie utförd av Hui, Teo & Lee, som på ett liknande sätt avgjorde att en tydlig policy kring vad som skedde med informationen ökade tendensen att lämna över informationen (Hui, Teo & Lee 2007, s.26ff). Christian Fuchs analyserar även data från en undersökning utförd av Andrés Sanchez som ämnade att undersöka Facebookanvändares syn på privacy, och på sättet Facebook hanterade deras information (Fuchs 2012, s.59ff). Resultatet av denna studie presenteras i samband med denna uppsatsens analys (se kapitel 6).

I den bredare mer allomfattande diskussionen figurerar författare som exempelvis Morozov (2011) och Vaidhyanathan (2011) som båda diskuterar olika aspekter av internet som förmedlare av information och hur vårt samhälle kan och håller på att påverkas. Böckerna är skrivna med en underliggande varnande ton som vill förmedla att sättet internetanvändare agerar och tänker på internet kan få större konsekvenser än vad de kan tänka sig.

Något som jag delvis ansåg saknades i den tidigare forskningen var en djupare förståelse kring användarens syn på den personliga informationen, och dess motivation att agera och tycka som hen gör. Mycket av den forskning som jag tagit del av har bestått av kvantitativa generaliseringar som egentligen inte tillräckligt förklarar varför en enskild användare resonerar eller handlar som hen har gjort. Denna undersökning ämnar på så sätt lägga en liten pusselbit kring enskilda användares perspektiv och upplevelser när det gäller personlig informationshantering på internet.

4. Material och metod

Utifrån uppsatsen syfte lämpar sig en kvalitativ studie bättre än en kvantitativ. Då uppsatsen ämnar undersöka unga människors sätt att förhålla sig till informationshantering på internet, förutsätter det också att man ges tillgång till aspekter av deras livsvärld (Kvale & Brinkman 2010, s.39ff). En kvalitativ undersökning ger också tillgång till enskilda individers resonemang, perspektiv och upplevelser på ett sätt om en kvantitativ undersökning av liknande upplägg inte hade kunnat. Detta öppnar för en värdefull och djupare analys av användarnas motivationer och tankesätt. Det är av denna anledning denna uppsats utgår ifrån sex kvalitativa semistrukturerade forskningsintervjuer. Under intervjuerna användes en intervjuguide (se bilaga 9.1) som konstruerades med hjälp av tips från *Den kvalitativa forskningsintervjun*, med övergripande teman som rörde syftet, som exempelvis intervjupersonernas definition av privat information eller deras syn på affärsidéer som förlitar sig och profiterar på internetanvändares privata information (Kvale & Brinkman 2010, s.146ff). Intervjuerna spelades in med hjälp av en mikrofon och pågick ungefär en timme per intervju. Enligt god forskarsed försäkrades intervjupersonerna under intervjuerna att deras identitet skulle förbli anonym, och det är av denna anledning intervjupersonerna försetts med fingerade namn. Namnen som intervjupersonerna har tilldelats är Anders, Bengt, Carina, Daniel, Erika och Felicia. De gånger intervjupersonerna citeras och de själva nämner sitt riktiga namn har namnet byts ut mot deras fingerade benämning som istället används i denna uppsats. Urvalet av intervjupersoner skedde strategiskt och valdes som sådant ut efter vissa specifika kriterier. De i urvalsgruppen var mellan 20-30 år gamla internetanvändare. Detta för att uppsatsens syfte är att undersöka unga människors syn på personlig informationshantering, och att intervjupersonerna var tvungna att ha erfarenhet av internet för att resonera kring ämnet. Det fanns inga krav på intervjupersonernas sysselsättning, och de bildar således en relativt blandad grupp som består av en juriststudent, en mäklarassistent, en studie- och yrkesvägledarestudent, en webbproducent, en socionomstudent och en produktdesignstudent. En person som studerat medier och kommunikation kan förutsättas tänka

ningen mer kritiskt och nyanserat än vardagsanvändaren. Förhoppningen var att Daniel, som har studerat kommunikation på högskolenivå och arbetar som webbproducent, således kunde bidra med värdefulla perspektiv och insikter utifrån hans erfarenhet som vanlig internetanvändare och webbproducent. Det sågs som en bonus om intervjupersonerna även tog intresse i samhällsfrågor, men detta var aldrig ett kriterium för att ingå i urvalsgruppen. Efter de inspelade intervjuerna slutfördes, transkriberades och skrevs de ut för att analyseras närmare. Analysen har gjorts med utgångspunkt i relevant litteratur och teori för att tolka och förstå materialet i en större kontext.

5. Teori

I analysen används ett flertal teorier för att förklara empirin och belysa olika aspekter av resultatet. Uppsatsen applicerar Goffmans dramaturgiska perspektiv för att visa den regionskonflikt som uppstår när en persons samtliga offlinerelationer flyttas och blandas på sociala medier. Det dramaturgiska perspektivet utnyttjas även för att belysa vilken grad av intrycksstyrning som de intervjupersonerna ägnar sig åt på de sociala medierna, som en aspekt aspekt av formandet av intervjupersonernas onlineidentitet. Analysen drar även på Foucault (1975) och Albrechtlands (2012) syn på panopticon och applicerar det på internet för att förklara intervjupersonernas självdeltagande övervakning av sig själva. Genom dessa teorier tydliggörs inte bara hur intervjupersonerna värderar sin privacy, men också hur intervjupersonerna förhåller sig till utvecklingen av personliga relationer på internet. För att visa på vilken tillit som anförtros företag och vänner till intervjupersonerna på sociala medier diskuteras dessa utifrån Joinson & Paines begrepp dörrvakter som förtroendeinstitutioner av den personliga informationen. Genom att förstå intervjupersonernas informationsreglering med hjälp av Joinson & Paines dörrvakter kan vi delvis tydliggöra en medvetenhet om hur information uppfattas på internet, men även intervjupersonernas medvetenhet kring hur denna information kan användas av andra parter. Morozovs och Vaidhyanathans kritiska perspektiv på internet och internetanvändning tillämpas i analysen av intervjupersonernas påståenden. Applicerat på intervjupersonernas syn på fördelar och nackdelar kring deras informationshantering bidrar Morozovs och Vaidhyanathans teorier med en intressant kontrast till intervjupersonernas rädslor och farhågor. Alla teorier förklaras mer ingående i de analytiska avsnitt där de används.

6. Analys

Under intervjuerna av denna studie trädde tre centrala teman fram kring intervjupersonernas syn på personlig information. Dessa tre teman består av användarnas medvetenhet om hur deras information används på internet av olika grupper, organisationer och företag. Viljan att kontrollera sin personliga information och hur man framställs, och slutligen motiveringen att bruka tjänster som tungt förlitar sig på intervjupersonernas personliga information utefter användningens positiva och negativa aspekter.

6.1 Den medvetna internetanvändaren

Joinson & Paine hävdar att det är svårare än någonsin att kontrollera vilka delar och vem som tar del av vår information på internet, och att detta för många uppfattas som ett tydligt övertramp mot människors personliga integritet. De gör skillnad på två typer av sätt som den personliga integriteten och privacy hotas: Genom stöld och genom missbruk av information som getts ut i förtroende. Det första sättet, stöld, är svårt för informationsägaren att förhindra, då det som oftast beror på betrodd part som brustit i sin säkerhet. Det andra sättet, missbruk, syftar på information som används på annat sätt än som utlovats och av parter som explicit inte fått tillstånd att hantera informationen. Joinson & Paine menar dock att det börjar uppstå en större medvetenhet kring båda dessa typer av privacyövertramp (Joinson & Paine 2007, s.248f). Användarna av de sociala medieplattformarna är alltså i regel inte omedvetna eller naiva kring företagets insamling och användning av personlig information.

En värdefull insikt som intervjun med Daniel, som arbetar med webbproduktion, gav var hans synsätt på anonymitet och möjligheten till ett privatliv och privat information på internet. Daniel anser att anonymitet inte existerar på internet, och förklarar hur genom en metafor:

Jag tycker man kan likna det så här. Om du går till en klubb och skriver upp dig på en gästlista, så är det samma sak som du registrerar dig på ett forum. Men när du är inne på klubben lämnar du en massa information efter dig hela tiden. Du lämnar hudflagor, du kan ta DNA-spår. Folk kan helt enkelt spåra dig ändå. [...] Det är i alla fall det som händer på internet. Folk samlar upp alla hudflagor, all DNA och all småinformation som du lämnar efter dig hela tiden.

(Daniel)

Processen som Daniel beskriver kallas data mining, och sker i stor skala på internet där datorer som genom komplicerade algoritmer finner, sorterar och lagrar information som användare lämnar efter sig (Furnas 2013). Sanningen är att det är omöjligt att vara fullkomligt anonym ur denna bemärkelse på internet. Anonymitet är givetvis inte en förutsättning för att bevara människors privacy, men sett ifrån att anonymitet befinner sig någonstans på andra sidan spektrumet gentemot total öppenhet blir det en viktig faktor att ta hänsyn till oavsett. Whitty & Joinson konstaterar att möjligheten till privacy på internet oftast endast är en illusion, och att internet bara ger ett intryck av möjligheten att privacy skulle vara uppnåbart. De menar att när människors personliga information kategoriseras, lagras och ibland till och med anförtros till en eller flera så kallade dörrvakter (mer om dessa senare) är det svårt att fortsätta att kalla den privata informationen privat. (Whitty & Joinson 2009, s.18). Däremot går det att utläsa hos vissa intervjupersoner en önskan om ett internet där det borde gå att fullkomligt anonym. Carina förklarar det mycket väl:

Det är lite likadant som i verkliga livet där vi träffar på hundratals människor varje dag som vi inte vet vem dem är, och dem stör dig inte för det. Du behöver inte veta allt om en person bara för att du träffar dem på nätet, visserligen kan det vara bra, men det är bättre att utgå från sitt eget omdöme än ifrån att alla måste uppge att möjlig information om sig själva.

(Carina)

Om vi utgår från Altmans definition av privacy kan vi utgå ifrån att vi talar om information som privatpersonen själv vill kontrollera om den vill avslöja, och i så fall när den vill avslöja det. När verkligheten är den att det finns en mängder insamlad information om oss alla i databaser på olika platser på internet som vi själva inte medvetet bidragit med, och det finns otaligt många människor som har tillgång till denna information, kan informationen inte längre anses vara privat information ur denna definition (Vaidhyathan 2011, s.92). Även om vi bortser från den information som finns lagrad i databaser bakom stängda dörrar, och utgår ifrån den genomsnittliga internetanvändarens resurser, går det att finna mycket grundläggande information om människor från sociala medier eller informationsdatabaser som Ratsit.se, Lexbase.se eller Upplysning.se. Joinson & Paine diskuterar bland annat varför människor önskar att kontrollera sin privatinformation. De menar att om möjligheten att själv avgöra vilken och när information ska avslöjas inte längre är i privatpersonernas händer, försvinner deras förmåga att moderera och kontrollera sina sociala relationer (Joinson & Paine 2007, s.249). Sett utifrån detta synsätt kan man argumentera för att

internetanvändarna delvis redan har förlorat förmågan att kontrollera sin privatinformation. Det som återstår är användarnas möjlighet att kontrollera vilken information som dörrvakterna får avslöja.

När internet skapades designades det inte specifikt för att bevara och skydda privatpersoners rätt till privacy (Escudero-Pascual 2002, s.1). Tidigare forskning har demonstrerat att unga människor i stor mån är ganska medvetna om att det sker någon form av informationsinsamling på internet. Denna medvetenhet skiljer självfallet från person till person utefter personlig kunskap och erfarenheter. Intervjupersonerna visar överlag på en medvetenhet kring företagens insamling och användning av deras personliga information. Anders, Carina och Daniel var välinformerade om insamlingen och bruket av personlig information på internet. Anders såg det som att han köpte Facebooks tjänster genom att betala med sin personliga information:

Jag är fullt införstådd med att Facebook inte ger detta gratis till mig, utan det blir ju att jag säljer min personliga information till dem för att de ska ge deras tjänster till mig.

Det är aldrig någon som ger någonting gratis.

(Anders)

Bengt och Felicia var även de medvetna kring insamlingen, men var inte fullt införstådda i hur utförligt och i vilken utsträckning datainsamlingen skedde. Erika visade tecken på en mildare grad av medvetenhet kring insamlingen av personlig information. Hon var försiktig, och värnade om sin personliga information via sociala medier, men var inte medveten om informationslagrande tekniker som exempelvis cookies eller data mining, vilket Bengt och Felicia åtminstone visste existerade. För att se vad intervjupersonerna visste och tyckte om hur företagen bearbetar och säljer personlig information till annonsörer ställdes frågan om hur intervjupersonerna ställde sig till företags nyttjande av privatinformation i vinstsyfte. Intervjupersonerna var i regel medvetna om hur företag som Facebook använde deras information, men det rörde delade meningar om huruvida Facebooks bruk var motiverat och acceptabelt. På ena sidan fanns det dem som Anders, Bengt, Daniel och Felicia som ansåg att det helt enkelt var något man fick förhålla sig till. Felicia likställde användningen av den insamlade datan för att skapa riktad reklam som vilken reklam som helst:

På ett sätt kan det kännas lite, brist på bättre ord, kränkande. Att det är någon som utnyttjar och bearbetar för att visa den här exakta informationen som de vill ge dig. Lite sneaky. Men ändå samtidigt blir man utsatt för reklam överallt fram och tillbaka TV,

radio och internet speciellt. Så det är ändå inget man kommer undan.

(Felicia)

På andra sidan fanns det Carina och Erika som tyckte att det klart var negativ och ett övertramp, men fortfarande något som man får förhålla sig till:

Nej det är ju klart att man inte gillar det. Men det gör de ju.

(Erika)

Beroende på vilken grad av medvetenhet och inställning till insamlingen har intervjupersonerna olika sätt att förhålla sig till fenomenet. Anders, Bengt och Daniel ansåg att det var något som helt enkelt var, och att det var något som var utanför deras kontroll och något som de fick förhålla sig till, som mycket annat i världen. Carina, Erika och Felicia var överlag negativt inställda. De ansåg fortfarande att det var något man fick förhålla sig till, men att det inte nödvändigtvis behövde ses som positivt för det. Även om intervjupersonerna överlag är medvetna om insamlingen ses det inte som något man kan göra åt, och därmed helt enkelt får anpassa och förhålla sig till. Utifrån citaten anar man en viss likgiltighet kring intervjupersonernas syn på företagets profitering av intervjupersonernas personliga information. Även om det huvudsakligen var Carina, Erika och Felicia som såg informationsbruket som något negativt har de inget inflytande att förändra Facebooks policy. Om Facebooks informationshantering hade sett som ett tillräckligt stort problem, hade intervjupersonerna kunnat sluta använda Facebook, men deras fortsatta användning talar för att Facebook erbjuder en tjänst som är mer värdefull än möjligheten att ensam kontrollera den egna personliga informationen. Detta innebär att intervjupersonerna på något plan är medvetna om att deras bruk av tjänster som Facebook betalas genom att de ger tillgång till sin personliga information och intervjupersonerna förlorar därmed en stor del av vad som utgör deras privacy. Med andra ord har intervjupersonerna därmed förlorat möjligheten att ensamma styra hur deras personliga information används.

När man talar om förlusten av kontroll över den egna personliga informationen och övervakning är det inte ovanligt att det görs en liknelse till George Orwells klassiska bok *1984*, vars övervakningssamhälle gått så långt att invånarna inte längre klarar av att tänka självständigt utan staten. Det är få, om några, som skulle vilja se den framtid som målas upp i *1984*, och därför har frasen ”Big Brother is watching you” eller den svenska motsvarigheten ”Storebror ser dig”, blivit flitigt använd av de som är kritiska till övervakning (Morozov 2011, s.75ff). Syftet bakom

”Storebror ser dig” är att invånarna i Orwells samhälle ska känna sig ständigt övervakade och iakttagna, att folket kan känna sig säkra att ingen vågar visa, från statens sida, oönskat beteende. Priset av en ökad känsla av säkerhet i denna fiktiva värld är en stor uppoffring av folkets frihet.

Utöver den insamlade information som samlats in om människor via data mining, som utan deras vetskap existerar i databaserna, finns det givetvis information som människor medvetet skapar och publicerar om sig själva eller andra, som exempelvis statusuppdateringar, bilder eller check-ins (en notifikation som berättar var en användare just nu befinner eller befunnit sig) på Facebook, Twitter, Instagram eller andra sociala medieplattformar. Detta innebär att i de flesta fall kan man få någon form av intryck av hur en människa är utifrån denna information. Detta intryck kan vara mer eller mindre representativt för personen i fråga, beroende på hur denna person identifierar sig själv. Christian Fuchs analyserar data från en undersökning som ämnat undersöka Facebook användares syn på övervakning. Hans analys visar att det var en specifikt benämnd grupp människor förutom statlig övervakning, som undersökningspersonerna var rädda för att bli granskade av. Nämligen att arbetsgivaren eller en potentiell arbetsgivare skulle granska deras information på sociala medier och internet (Fuchs 2012, s.60). Flera av intervjupersonerna uttryckte någon slags acceptans, oro eller rädsla för att den information som finns tillgänglig om dem på internet, och framförallt på sociala medieplattformar, ska bli granskad. Intervjupersonerna uttryckte ingen form av rädsla för att bli övervakade av staten. Den överhängande observatören som ständigt granskar och utvärderar intervjupersonernas Facebook och Twitterflöde är, enligt intervjupersonerna själva, den potentiella arbetsgivaren. När Felicia svarar på frågan om informationen man lägger ut på sociala medier kan få konsekvenser i verkliga livet berättar hon om att en potentiell arbetsgivare kan granska informationen som finns tillgänglig på internet, och utifrån den avgöra om du är ett önskvärt tillskott för arbetsgivaren eller inte. På samma fråga svarar Erika att:

Jag har ju sett det att många arbetsgivare går in och tittar på hur man framställs på Facebook, vilken personlighetstyp man verkar vara. Då känner jag ju att man hellre visa en bra sida ju, och inte vara taggad och medlem i massa udda saker som kan tolkas på fel sätt. Utan jag vill ju kunna stå för det som jag visar på internet.

(Erika)

Bengt som även har en erfarenhet av anställning har följande att säga som svar på en likande fråga:

Det är jag medveten om. Särskilt så är jag väl kanske medveten ur rollen som arbetsökande. Jag vet om att det är något som arbetsgivare gör, går in och på och kollar min sociala profil. Jag vet vad som dyker upp om du googlar Bengt så kommer min Facebookprofil upp som etta eller tvåa. Så där är jag medveten om vilka typer av saker, men även vilka Facebookuppdateringar jag postar, för jag vet vad jag själv gör när jag får in ett CV på jobbet, det första jag gör är att knappa in deras namn på Facebook för att se vilka intressen eller gemensamma vänner vi har. Vilka bilder de lägger upp eller så. Så på det sättet är jag väl medveten på vad jag lägger upp.

(Bengt)

Det finns många teorier som behandlar känslan av att vara övervakad och dess konsekvenser. Den kanske mest kända av dem är Foucaults allegori till det panoptiska fängelset. Panopticon är en modell vars design skapades för att få fängelsefångar att lyda genom observation. Genom att konstruera fängelset i en cirkulär form med celler i utkanten på cirkeln, och ett torn för fångvaktare i mitten med tonade glasrutor kunde fångvaktarna få total insyn över alla fångar på en och samma gång, utan att fångarna fick någon insyn hos vakterna. Detta skulle i teorin avskräcka fångarna från att göra saker de inte skulle. Därmed disciplinerade fångarna sig själv och började bete sig på det sätt som fångarna trodde att fångvaktarna ville att de skulle bete sig. Man menade att det i slutändan inte spelade någon större roll om fångvaktarna bakom det tonade glaset faktiskt bevakade fångarna eller inte. Det som var viktigt var att fångarna kände sig iakttagna, och bara det skulle räcka för att avskräcka fångarna från oönskat beteende. (Foucault 1975, s.119f) ”He is seen, but he does not see; he is the object of information, never a subject of communication.” (Foucault 1975, s.200).

Anders Albrechtslund definierar en variant av den panoptiska och Orwelliska synen på övervakning, som han kallar participatory surveillance, eller på svenska: självdeltagande övervakning. Han gör skillnad på beteendet som den panoptiska modellen har på sina fångar, och effekten sociala medier har på dess medlemmar. Han menar att fångarna är i en situation där de blir tvingade att bete sig på ett visst sätt, medan användarna av sociala medier inte är tvingade att bete sig på ett liknande sätt, men likväl gör det ändå (Albrechtslund 2012, s.191f) Vi kan alltså se en liknande effekt som det panoptiska fängelset eftersträvade för att kontrollera sina fångar bland intervjupersonernas medvetenhet kring vad de lägger upp på sociala medier, med fruktan att de blir dömda av en potentiell arbetsgivare. Erika berättar:

Man måste ju hela tiden tänka på vad man gör. Tänka på vad man lägger upp, och tänka på hur andra uppfattar och tolkar saker och ting och vem som kan se det.

(Erika)

Anders är rädd för att hans värderingar ska vara ett problem för en potentiell arbetsgivare:

Jag rädd för att en potentiell framtida arbetsgivare dömer ut mig för att jag till exempel är med i ett visst politiskt parti för det kan man ju se genom Facebook, att jag är med i ett visst parti eller att de inte vill arbeta med mig [...] för jag är för homosexualitet, och så är chefen en jättehomofofob.

(Anders)

Cellerna blir i denna metafor intervjupersonernas offentliga information som är tillgänglig för allmänheten. I tornet i mitten sitter den potentiella arbetsgivaren. Om intervjupersonerna gör något som inte stämmer överens med arbetsgivarens syn på hur du bör vara får det konsekvenser. Jobbet som intervjupersonen tidigare var aktuell för är nu förlorat. För att undvika detta scenario börjar därför intervjupersonerna tänka på hur de beter sig, även om en potentiell arbetsgivare kanske aldrig ens kollar åt deras håll genom det tonade glaset. Intervjupersonerna disciplinerar sig själva genom hotet av granskning. Den stora skillnaden i detta scenario jämfört med det panoptiska fängelset blir att cellerna inte är låsta, och att fångarna kan om de vill gå och sätta sig där de inte syns lika mycket.

Värt att nämna är att det givetvis inte är uteslutande den potentiella arbetsgivaren som motiverar eller avgör om intervjupersonerna modererar och skraddarsyr sina profiler på sociala medier. Fuchs analys visar även att människor ogillar för hög transparens mellan icke benämnda grupper som ospecificerade främlingar. Ett resultat som även går att utläsa från intervjupersonerna i denna uppsats. Carina, Erika och Felicia berättar uttryckligen att de inte gillar tanken på att berätta för mycket om sig själv, för att deras vänners vänner eller andra obehöriga helt enkelt inte har med det att göra. Carina beskriver det som följande:

Jag är, även om det kanske är lite svårt att tro, rätt tillbakadragen som person, och jag har lite komplex över mitt utseende och vad folk tycker om mig. Då tycker jag inte att en person behöver veta allt det om mig som person, när jag nu jag inte vet någonting om vem den personen är. Det får vara lite giva och taga, och jag känner inte för att

blottlägga mitt liv framför kompletta främlingar.

(Carina)

Carina nämner att hon bryr sig om vad folk tycker och hur andra människor uppfattar henne. Det är något som de övriga intervjupersonerna också gör, även om de inte säger det lika klarspråkligt som Carina. För intervjupersonerna värdesätter kontroll över den information som läggs upp om dem, och den information som de själva lägger upp mycket högt.

6.2 Intrycksstyrning, kontroll och tillit till dörrvakterna.

Siva Vaidhyanathan ställer sig frågan varför unga människor, som i regel är väldigt medvetna om att privacy på internet är en orealistisk dröm, ofta blir upprörda över att sociala medier tar sig allt större friheter kring användandet av deras personliga information. Överensstämmande med den definitionen av privacy som används i denna uppsats, kommer han fram till att förmågan att kontrollera hur vi framstår och till viss del hur vi uppfattas värderas högt. Även om vi inte längre ensamma kontrollerar flödet av vår personliga information vill vi fortfarande kontrollera hur mycket, när och till vem som ska få ta del av informationen (Vaidhyanathan 2011, s.92f). Detta är något som även mina intervjupersoner värderar högt, oavsett om det rör sig om företag eller människor på deras Facebook-vänlista som avslöjar eller delar information om dem. Carina uttryckte irritation mot människor som hon anser lagt upp för mycket information om henne utan att fråga:

Jag har personligen konfronterat personer som jag tycker har sagt saker. Som om jag har varit och träffat någon på någonting så har någon lagt upp någonting som visserligen kanske varit som ett skämt. Men jag känner inte $\frac{3}{4}$ av din kontaktlista, så varför ska de veta det för liksom? Det är liksom inte en allvarlig grej, men det är principen att de i alla fall kunde frågat först.

(Carina)

Samtliga intervjupersoner uttryckte tankar som visade på att de var överens om att de informationsspärrar och säkerhetsinställningar som finns tillgängliga på sociala medier, är oerhört viktiga. Dessa ger möjligheten att begränsa hur mycket information som ska delas ut och vilka personer som har tillgång att ta del av den på ett offentligt plan. Vid frågan om kontroll på Facebook var viktigt för Anders svarar han att:

Kontroll tror jag är superviktigt på Facebook. [...] Att varje användare känner att de kan bestämma vad de gör med materialet och vilka album de syns i och vem som ser dem.

(Anders)

Om säkerhetspärren inte hade funnits på plats berättar Anders att han ”inte varit med på Facebook”. När Erika svarar på frågan kring varför hon inte gillar att bli taggad i inlägg på Facebook svarar hon att:

Jag vill ändå försöka ha lite koll på hur mycket av mig som finns på internet. En gång på internet så finns det alltid på internet, även om du försöker plocka bort det. Vissa bilder som läggs upp kanske inte alltid passar in i min situation.[...] I just med vad jag håller på med. Typ idrott, då kanske det inte passar så bra med massa partybilder och sådant. Jag gillar inte det. Ingen vill ju heller inte framstå som ful, man vill ju inte ha en ful bild på sig själv ju.

(Erika)

Erika och Anders visar på en tydlig vilja att kontrollera intryck och hur man framställs på internet och sociala medier. Några av intervjupersonerna är på grund av denna anledning aningen restriktiva med vad och hur mycket de delar med sig på internet och sociala medier. Carina berättar att hon känner sig ”blottad på ett sätt som jag inte riktigt är bekväm med”, och Felicia känner att det blir svårt att kontrollera alla utomstående relationer utifrån ett Facebook-konto:

Går du på en arbetsintervju så betar man sig på ett sätt, med dina vänner på ett sätt, och med din familj på ett annat sätt. Och jag tror att det är det folk glömmer ofta på sociala medier. Att om de lägger till alla de känner rakt av det är så många olika kretsar som känner många olika sidor av dig helt plötsligt kan de se sidor du aldrig visat. Att en chef går in på din Facebook och ser dig stupfull på en fest, är ju nästan lika illa som att chefen kommer in på festen och ser dig, faktiskt.

(Felicia)

Felicia gör här en väldigt intressant observation. Precis som hon säger anpassar vi vårt beteende efter situation och sällskap. Med andra ord betar vi oss i regel inte likadant hemma i vår privata sfär som vi gör under arbetstid bland kollegor eller kunder. Sett utifrån det dramaturgiska perspektivet, som Erving Goffman introducerar i sin klassiska bok *Jaget och maskerna*, kan vi synliggöra en regionskonflikt. I Goffmans terminologi sker all social interaktion som på en teaterscen. I alla

sociala situationer uppträder vi efter ett manus, som vi tror det förväntas att vi ska bete oss efter situationens fastställda sociala normer. Detta framträdande sker på den främre regionen, och precis som skådespelarna i en verklig teater inte är sina roller backstage, spelar vi inte heller teater i den bakre regionen. Detta innebär också att en situations främre region inte nödvändigtvis är en annan situations främre region. (Goffman 1959, s.97ff). Utifrån detta kan man se att det uppstår problem när internet och sociala medier som Facebook läggs till i upprätthållandet av sociala relationer. Människor som tidigare känt en sida av en person, klumpas via Facebook ihop med människor som enbart sett en annan sida. Om man inte modererar och sorterar sina kontakter, leder detta till en svårhanterad situation där publiken är blandad och förväntar sig olika framträdande under samma teaterföreställning. Innan internet och sociala medier gjorde sitt intåg var dessa uppträdanden mycket enklare att hålla isär, och mycket pekar på att det är till stor del detta som gör att några av intervjupersonerna är restriktiva med att dela med sig av för mycket av sin privata information.

Denna styrning av sociala relationer och intryck blir ännu svårare att moderera när man tar hänsyn till att andra användare på exempelvis Facebook kan skapa material åt någon annan, genom att exempelvis tagga människor. Människor som känner en person utifrån ett framträdande behandlar och talar till den framträdande utifrån den främre region som de känner till, och detta skapar en omedelbar regionskonflikt med övriga människor på den framträdandes vänlista som ser detta offentliga material. Intervjupersonerna är i mycket stor grad medvetna om denna regionskonflikt, och jobbar för, om än olika mycket, att kontrollera hur det framställs på internet. Daniel ger intrycket av att ha en ganska avslappnad inställning till sin framställning på internet. Han berättar en historia om att han hittade en profil i sitt namn på en sexhemsida där det stod att han gillade bondage och andra saker, och att detta ”var ju lite jobbigt”. I slutändan var dock inte Daniel speciellt orolig för att bli förväxlad med denna person, då han ser prestige i att äga sitt namn på internet och tänker på sitt namn som ett varumärke.

Jag har min domän, jag har mitt Facebook-konto jag har mitt flickr-konto. Man ser MIG (slår sig på bröstet) när man googlar Daniel. Man kan alltid konstruera en bild på internet när man ska gå på intervju eller någon annan stans men du gör det på lite annorlunda sätt. Förr i tiden satte du på dig din kostym. Nu sätter du på dig din kostym och ser till att du har googlat dig själv tidigare.

(Daniel)

Daniels avslappnade inställning beror troligen på att han tagit stora åtgärder för att kontrollera och manipulera hur han uppfattas på internet, och därmed känner sig väldigt säker kring hur han framställs för andra vid en granskning. Alla har däremot inte samma avslappnade inställning till sin framställning på internet som Daniel. Goffman kallar detta för intrycksstyrning, och innebär att den uppträdande förutser hur andra kan tänka sig att uppfatta honom (Goffman 1959, s.182ff). Genom att kontrollera intrycken till största mån undviker intervjupersonerna en fruktad regionskonflikt och kan samtidigt framstå precis som de själva anser lämpligt i situationen. Erika gillar inte alls att bli taggad i andras inlägg på Facebook (som vi kan läsa utifrån citatet som presenterades i början av detta kapitel) av anledningen att materialet ”inte alltid passar in i min situation”. Erika berättar även att:

Jag vill gärna ha koll. Så inte vad som helst kommer upp.

(Erika)

Jag vill att folk ska uppfatta mig som jag känner att jag är. Jag vill att folk ska få en bra bild av mig.

(Erika)

Erika konstaterar ordagrant att hon vill ha kontroll över de intryck som andra får av henne, för att hon ska framstå som en bra människa. Liket Erika ser Anders värdet i att framstå på ett visst sätt på sociala medier och internet, och har därför valt att han måste godkänna alla taggar på Facebooks innan de publiceras på hans profil. Han tycker även att det är viktigt att rätt person taggas. Anders tycker också att man bör respektera de som inte är medlem på sociala medier, men som ändå läggs upp på bilder i en användares fotoalbum.

Så länge man taggar personer som hör till nätverket så tycker jag det är okej. Då är man där på samma villkor.

(Anders)

Anders visar här hänsyn för andras intrycksstyrning, på samma sätt som vi kan anta att han själv vill att andra ska visa hänsyn. Alla människor lägger dock inte lika stort värde i hur de uppfattas på internet och på framförallt sociala medier. Bengt berättar att han inte lägger stor vikt vid hur han uppfattas via sociala medier:

När folk taggar mig så är det inte något jag reagerar över. Jag går inte in och

micromanagear för att inte visa, jag har ingen särskild agenda med min profil där jag vill att folk ska se att jag varit på alla dessa coola ställen, eller att jag varit på dessa mindre coola ställen.

(Bengt)

Möjligheten att tagga andra användare på exempelvis Facebook innebär att en inaktiv Facebookanvändares profil fortfarande kan vara aktiv genom att andra användare skapar material åt denne. Faran med att ha en Facebookprofil som man då inte modererar blir att det då uppstår en bild av denna användare som är fri för tolkning av massan, vilket med stor sannolikhet är negativt för den personen som äger den inaktiva profilen. Utifrån några av intervjupersonernas inställning kan vi även till viss del se att de upplever att andra likställer en Facebookprofil med en persons onlineidentitet, lika mycket som den fysiska kroppen likställs med en offlineidentitet. Om en användare då inte är uppmärksam och modererar sin profil kan en väldigt annorlunda bild än den som användaren själv vill förmedla uppstå. Erika berättar uttryckligen att hon gärna vill kontrollera vilken typ av material hon blir taggad i, och om det är något som hon kan ställa sig bakom.

Ibland så läggs det ju upp reklamgrejer som folk lägger upp och taggar mitt namn. Och då kan jag ju känna som så att det är ingen reklam jag vill ställa mig bakom så jag vill inte vara taggad i den. Så jag har lagt till inställningen att det ska gå till min tidslinjegranskning för att godkännas för att synas.

(Erika)

Många av intervjupersonerna styr alltså aktivt de intryck som deras onlineidentitet projicerar, för att undvika att en felaktig bild av dem själva ska bli för dominerande och ge fel intryck, som i sin tur kan skada de olika teaterframträdandena och bilda en regionskonflikt. Det är dock inte bara möjligheten att kontrollera vilken information som är synlig om intervjupersonerna som är viktig.

För att intervjupersonerna strävar efter att kontrollera hur de framställs står det fast att möjligheten till kontroll är oerhört viktig. Vi vet sedan tidigare att Joinson & Paine etablerade två huvudsakliga anledningar som gjorde att människor upplevde att deras privacy blev kränkt; vid stöld och vid missbruk av ett förtroende (Joinson & Paine 2007, s.248f). Förtroende blir för användarna viktigt, då det i slutändan är förtroendet för en organisation eller ett företag som har tillgång till användarnas personliga information, som tillåter användarna att våga ta risken att fortsätta använda företagets produkter. Joinson & Paine kallar dessa organisationer och företag för dörrvakter, i den

mån att de medvilligt anförtros personlig information och inte förväntas att sprida den vidare utan användarnas medgivande.

Whitty & Joinson skriver att det är på grund av detta som många vågar avslöja mer personlig information om sig själva än vad de hade gjort vid ett möte ansikte mot ansikte, och att användarna i regel hyser stort förtroende att företagen tar god hand om deras privata information (Whitty & Joinson 2009, s.12f). Utifrån intervjuerna går det inte att avgöra om intervjupersonerna avslöjar mer eller mindre i möten online eller offline, men likt Whitty & Joinson konstaterar är det möjligt att ana en stark tilltro och ett förtroende för företagens som dörrvakter för deras personliga information. Anders berättar att han har tillit för Facebook som organisation att de hade hjälpt Anders att plocka bort en bild som var kränkande för hans privacy och integritet, om en sådan situation hade uppstått. Han tycker att det är i Facebooks bästa intresse att värna om sina användares privacy:

Om detta skulle vara något som hänt väldigt många så hade det varit negativt för Facebook, då folk inte hade velat vara kvar i deras nätverk om det bara är massa pinsamheter som sprids.

(Anders)

Anders har helt rätt i att förtroende är något som kan förbrukas, och att det därför är viktigt att värna om det förtroendet. Det är troligtvis av denna anledning som intervjupersonerna väljer att lita på ett företag som de egentligen inte har mer än ett löfte ifrån att inte missbruka uppgifterna. Felicia berättar att hon genast litar mer på ett företag som är öppna med hur de hanterar hennes uppgifter:

Ibland kollar jag i de här villkoren och då kan det stå att de personliga uppgifterna stannar hos det företaget. [...] Det handlar nog mycket med vad de ska göra med uppgifterna och berättar ett företag med vad de gör med dina uppgifter så får man ju lita på det

(Felicia)

På detta sätt kan Felicia avgöra om det är en organisation som hon anser lämplig att anförtro med sitt förtroende för sin personliga information. Det går att se en tydlig tendens att anse företag som ber om mer information än vad användarna anser behöva som oseriösa. Daniel är i regel väldigt försiktig att ge information till hemsidor och tjänster som han anser vara oseriösa:

Jag är väldigt försiktig med att dela med mig av den typen av information. Även om den (informationen) finns överallt, vill jag specifikt inte att de ska ha den. Då brukar de ta det som tillåtelse att skicka skit. [...] Hade de velat ha den hade de kunnat gräva fram den, men jag vill inte göra det enkelt för dem. Så fort de ber om saker som jag anser är irrelevant så ser jag dem som oseriösa.

(Daniel)

Felicia har en liknande syn som Daniel. Däremot anser Felicia att om ett företag eller en tjänst inte verkar seriösa behöver hon heller inte vara seriös med sina uppgifter:

Då tänker jag: Va fan behöver du veta detta för? Och kan man då inte gå vidare utan att fylla i dessa uppgifter har det hänt att jag skitit i det. Eller så har jag fejkat uppgifter.

(Felicia)

Uppsatsens intervjupersoner identifierar också ytterligare en form av dörrvakt, nämligen dess vänner och bekanta. Som tidigare nämnt finns möjligheten för andra att tagga och därmed bidra med material åt andra användare på Facebook. Även om man låst sin profil för de utanför sin vänskapskrets blir varje person som accepteras som vän på en användares profil anförtrodd med en viss mängd förtroende. Detta blir på så vis också en grundläggande del av framträdandets intrycksstyrning. Intervjupersonernas vänner deltar därmed i intervjupersonernas framträdande, och förväntas förstå att användarens intrycksstyrning är viktig och agera därefter. Carina sätter onekligen ett mycket högt värde på sin privacy och berättar att hon har förtroende för personerna på sin Facebookvänlista.

Jag räknar med att folk som jag räknar som mina vänner inte är helt dumma i huvudet och inte skulle dela med sig av min information till vem som helst.

(Carina)

Carina är också väldigt intressant ur den aspekt att hon medvetet testat hur mycket förtroende hennes vänner kan anförtros med. På frågan hur hon bestämmer vilka personer hon vågar släppa in i sin vänskapskrets på Facebook svarar Carina:

Om vi säger så här om det bara är någon jag känt i en månad tänker jag inte dela mina mest personliga känslor för dem. Nej men det är helt enkelt känsla, och se över tiden hur

man förhåller sig till personen i fråga och hur man funkar ihop. Kanske gör ett test då och då, som är något litet, som kanske inte är jätteviktigt men som jag ändå inte hade delat vanligtvis, men för att se hur personen hanterar det.

(Carina)

Carina visar sig väldigt medveten om hur hennes vänner har förmågan att porträttera henne, och agerar därefter genom sina utförda förtroendetester. Även om Carina är den som onekligen går längst av intervjupersonerna för att värna om sin intrycksstyrning visar även bland andra Anders och Erika tendenser på att vara försiktig med vem de släpper in i sina vänskapskretsar. Anders är inte redo att anförtro människor som han enbart träffat i yrkesvärlden, med tillgång till hans Facebookprofil:

Dem jag vill göra affärer med, dem vill jag inte ska döma mig efter mina åsikter, utan efter den tjänst jag kan leverera. Den tjänst jag kan leverera framställer jag på något helt annat sätt än min person. Det finns en säljare-Anders och en kompis-Anders och dem är olika.

(Anders)

Anders inser att en regionkonflikt är oundviklig om han erbjuder sina arbetskontakter samma förtroende som han erbjuder sina vänner. Erika berättar vidare att hon inte accepterar gamla klasskamrater som hon inte pratat med på många år som vänner på Facebook, av anledningen att de helt enkelt inte pratar, och att det då inte fanns någon anledning att den personen skulle ha tillgång till Erikas Facebook-profil. Med andra ord ansåg Erika att den gamla klasskamraten inte stod henne tillräckligt nära för att anförtros med den förtroendenivån som Erika kräver.

6.3 Vägandet av det positiva mot det negativa, och rädslorna som uppstår.

Ett flertal författare har fastställt att många människor ser tydliga negativa aspekter utav sin internetanvändning, men att de ändå fortsätter att utnyttja internet på samma sätt som de tidigare gjort. Anledningen till detta är att människor också ser tydliga fördelar med internetanvändningen, som i slutändan väger upp eller kanske till och med väger tyngre än nackdelarna av användningen (Vaidyanathan 2011, s.92; Joinson & Paine 2007, s.246f; Fuchs 2012, s.61). Utifrån Fuchs analys kan vi också se att användare anser att det finns specifika fördelar och nackdelar med att använda sociala medier. Bland fördelarna kan vi utläsa bland annat att det är en praktisk resurs för att enkelt hantera sina sociala relationer, hålla kontakten med gamla klasskamrater och vänner, det är en bra

kommunikationskanal till människor som man kanske inte känner speciellt bra och hitta likasinnade med samma intressen och hobbies (Fuchs 2012, s.60).

Fördelarna som Fuchs presenterar går i många fall att se även hos mina intervjupersoner. Vilka specifika fördelar mina intervjupersoner ser beror helt individuellt på i vilket syfte de faktiskt har en social medieprofil. Daniel ser som tidigare etablerat ett värde i att äga sitt namn på internet genom sociala medier och domännamn. Utöver det använder han olika sociala medieplattformar för olika specifika ändamål:

Twitter har jag för att läsa nyheter, och för att hålla kontakt med en viss nördigare krets. Och den består mest av webb och medianissar. Facebook hanterar en mer privat, nej inte privat... en mer allmän grej. I och med att Facebook har blivit den grej där alla finns så på så har jag alla andra där också. [...] Flickr har jag historiskt sett mest Legomänniskor på, men har blivit mer foto och en del teckningskompisar. Mer visuella människor. Instagram är bara random. Det har jag inte gjort så mycket med. Men det drar åt att bli mer teckningar. Så det är lite olika sociala sidor.

(Daniel)

Erika använder Facebook för att se över och hålla sig uppdaterad kring sina vänner och bekantas liv, samt att hålla sig uppdaterad kring sina favoritsporter och idrottsklubbar aktiviteter. Carina ser stora fördelar i att folk inte dömer andra människor lika mycket på internet:

Det positiva är ju delvis anonymiteten, att man kan få kontakt med folk helt förutsättningslöst. Första intryck är ju viktigt, och på internet finns inte mycket att basera ett första intryck på. Man har ett namn, kanske ett foto. Men sen får man bygga sin uppfattning helt och hållet på vad personen säger. Medan om du träffar någon face to face så kanske de tänker att den där jackan skulle jag aldrig ha på mig vad är det för fel på dig?

(Carina)

Anders ser sin Facebook som ett kommunikationsmedel, eller som han själv väljer att benämna det, som en megafon för sina åsikter:

Jag är ju med i Facebook, faktiskt för att jag vill. För att jag vill ha det som det

verktyget som jag nämnde nu, när man träffar nya vänner. Jag är en person som har starka åsikter om saker och ting, och vill göra reklam för dem. Jag vill att fler ska ha mina åsikter. Politiska, etiska och moraliska åsikter. Jag tycker det är goda åsikter som jag tror att världen mår bra av att ha. Så jag vill dela med mig av dem så klart. Och för det kan jag sälja ut en bit av min personliga information till exempelvis Facebook för att jag ska kunna få den kanalen. Det tycker jag att det är värt.

(Anders)

Fuchs analys visar på att de huvudsakligen negativa sidor som användarna såg av sitt bruk av sociala medier var att det öppnade för övervakning, att användarnas personliga information såldes vidare till annonsörer och att man avslöjade för mycket information för snabbt för fullt främmande människor och därmed gjorde sig sårbar på olika sätt (Fuchs 2012, s.60). Som tidigare konstaterat kan vi utifrån exempelvis Bengt och Erika utläsa en rädsla för att bli bevakad av den potentiella arbetsgivaren, men de avgör även några andra negativa aspekter kring användningen. Likt Fuchs analys anser Felicia att hon ogillar transparensen gentemot främlingar på Facebook. Hon ogillar tanken på att folk ska snoka, eller att bli utsatt för så kallat Facebookstalking (någon som snokar upp information på sociala medier). Erika berättar att eftersom informationen på sociala medier är lättöverskådlig ogillar hon att risken att potentiellt bli dömd, om hennes profil skulle ge ett negativt intryck:

Det tar ju tre sekunder för någon att placera folk i ett fack när man träffar någon första gången. Har du redan läst något innan så är det redan bestämt.

(Erika)

Även intervjupersonernas behov att kontrollera och moderera den bild som de porträtterar på internet kan alltså ses en negativ aspekt av deras användande. Carina och Erika uttryckte även en oro för den ökade risken för identitetsstöld. Carina berättar att hon anser att det vara ett mycket verkligt hot:

Om de får tag i ditt personnummer och lyckas förfalska en identitetshandling som ett pass eller ID-kort kan de ta lån i ens namn eller skriva upp en på en massa avbetalningar eller annat, som innebär att du sen sitter där i skiten. [...] Jag är fullt medveten om att det skulle kunna hända mig lika mycket som vem som helst.

(Carina)

Erika berättar är inte speciellt rädd för att få hennes identitet kapad, men har stor respekt för möjligheten att det skulle kunna ske.

Utöver negativa aspekter som uppstår i form av användningen av sociala medier är det även möjligt utläsa vilka möjliga negativa effekter av intervjupersonernas informationshantering på internet enligt dem själva kan ha. Med andra ord: vad de oroar sig ska ske som konsekvens av att de ger ut, eller inte ger ut sin personliga information på internet. Evgeny Morozov och Siva Vaidhyanathan är båda rätt kritiska till hur internet, sedan dess intåg i världen och i människors liv, huvudsakligen porträtterats som ett medium med fantastiska egenskaper och möjligheter. Morozov ägnar hela sin bok *The dark side of the internet the net delusion* till att övertyga läsaren att vi borde bli mer uppmärksamma på hur internet kan användas av illasinnade diktaturer och regimer, och att vi därför bör tänka mer på vad det är vi faktiskt gör på internet, vilken information vi lägger upp och vilken situation vi kan hamna i på grund av vårt oansvariga och naiva beteende (Morozov 2011).

Vaidhyanathan diskuterar faran kring att låta en eller några få stora aktörer få för stor kontroll över internet. Han menar att företaget Google har och fortsätter att få för stor kontroll över stora delar av internets viktigaste funktioner. Likt Morozov vill han belysa faran med vad som kan komma att ske om Google eller några av de andra stora aktörerna bestämmer sig för att använda sina resurser för egoistiska skäl (Vaidhyanathan 2011). Morozovs syn på vad internet kan vara, och Vaidhyanathans syn på vad internet håller på att bli är onekligen skrämmande. Carina och Daniel är de intervjupersoner som på eget bevåg lyfte fram och såg problemen som Morozov och Vaidhyanathan belyser. Carina uttryckte en mild oro över Googles allt större dominans på informationsmarknaden, och ogillade tanken på ett informationsmonopol. Daniel uttryckte ett ogillande av den allt mer ökade trenden av kontroll på internet.

I Europa och kanske i USA blåser det just nu rätt starka högervindar, och med det en vilja att kontrollera vem och vad som kommer över gränserna. Vilka som får vara med i vårt sammanhang, och det märker man på internet också. Storbritannien har börjat censurera vissa sajter. Kanske ingen stor grej, men de har börjat hindra folk för att besöka vissa porrsajter. Det kan man ju tycka är både bra och dåligt, men jag är rädd för att de har använts för att censurera vissa andra sajter också. Och det är inte ett samhälle jag kanske vill leva i direkt.

(Daniel)

De andra intervjupersonerna visar dock inte stor oro över specifikt de aspekter som Morozov och Vaidhyanathan poängterar. Fuchs reflekterar över varför en stor skara klart medvetna och informerade användare tycker det är värt att betala priset av ökade möjligheter till övervakning. Han drar slutsatsen att många användare är rädda för att bli socialt uteslutna för att de inte tar del av det nya sättet att socialisera (Fuchs 2012, s.60f). Även Vaidhyanathan kommer fram till slutsatsen att de sociala medierna nu är för värdefulla för användarna att vara utan (Vaidhyanathan 2011, s.92). Anders drar liknande slutsatser som både Fuchs och Vaidhyanathan. Han berättar att det är väldigt svårt att vara utan Facebook eller andra sociala medier när vi lever i den sociala kontext vi idag gör. De som valt att stå utanför de sociala medierna blir enligt Anders också uteslutna.

Det är viktigt att du har en social identitet på internet också, som kan stödja din IRL identitet. Annars blir du någon konstig människa liksom, du pekas ganska snabbt ut som någon som inte hör till normen, om du inte är en digital individ. Då tänker man ju vad är du för skogsmänniska?

(Anders)

Det är tyvärr världen vi lever i. Antingen lever du inne i det systemet, eller så lever du utanför.

(Anders)

Med andra ord kan vi se tydliga konsekvenser för användaren att inte delta i sociala medier.

En oönskad effekt som några av mina intervjupersoner upplevt uppstår, som varken Morozov, Vaidhyanathan eller Fuchs nämner speciellt omfattande i sina analyser, är reklamen. Erika uttrycker en stor ovilja att bli kontaktad av telefonförsäljare, få skräppost via email eller bli exponerad för personinriktad annonsering. Det är till stor del av denna anledning som Erika inte väljer att ge ut sina kontaktuppgifter. Hon anser det som en stor last på hennes energi och att det i slutändan bara slösar tid.

Jag kan bli jätteirriterad när jag får reklam i min postlåda trots att jag har en lapp där det står ej reklam. Då kan jag bli jättesur att jag slösar tid på detta.

(Erika)

Även Felicia är inte speciellt positivt inställd till risken av att bli utsatt för reklam efter att ha

delgivit privatinformation. Hon uttrycker även en irritation över att bli felaktigt profilerad:

Om jag tittar på Star Wars en gång, så tror dem att jag kommer gilla dessa filmer, Nej, du vet inte om att jag kommer gilla dem.

(Felicia)

Daniel berättar att även han inte delar med sig av information till parter som han anser oseriösa och misstänker kommer att skicka spammail:

Hade de velat ha den hade de kunnat gräva fram den, men jag vill inte göra det enkelt för dem.

(Daniel)

Som tidigare nämnt verkar även de benämnda intervjupersonerna se nog med positiva aspekter av deras användning av sociala medier och internet, för att väga upp de negativa konsekvenserna. Som de olika intervjupersonernas citat påvisar går det att utläsa hur individuellt man värderar dessa positiva och negativa sidor. Vi kan också dra slutsatsen att intervjupersonerna har gjort bedömningen att de positiva sidorna väger ut de negativa, då de faktiskt är aktiva på internet och sociala medier i någon mån, och att intervjupersonerna verkar i regel bry sig väldigt lite om hotet av de konsekvenser som Morozov och Vaidhyanathan målar upp. Intervjuerna påvisar även att intervjupersonernas upplevda faror och möjligheter, verkar anses mer relevanta om de är mer konkreta och har en mer direkt effekt och konsekvens för den egna användaren. En möjlig förklaring skulle kunna vara att de negativa konsekvenserna av att bruka de sociala medierna är för abstrakta, osynliga eller i slutändan otillräckligt osannolika i intervjupersonernas öron för att de ska vara avskräckande och därmed tas på allvar. Morozov och Vaidhyanathans budskap uppfattas nog snarlikt som extremversioner av vad internet hade kunnat vara, men avslås sannolikt som något för abstrakt och otänkbart. Det uppstår däremot tydliga konsekvenser för den egna personen att stå utanför utvecklingen, och att inte vara del av de sociala medierna och internet i form av utanförskap och risken för social isolering. Ett rimligt antagande blir då att det är av denna anledning som intervjupersonerna uttryckte en större oro för den potentiella arbetsgivaren, än möjligheten att vara övervakad av stat och företag.

7. Avslutning

Utifrån analysen kan vi se att intervjupersonerna i regel var medvetna om datainsamlingen som sker bakom kulisserna av deras internetanvändning. Vi kan även se att intervjupersonerna värderar möjligheten att kontrollera när och vilken information som ska avslöjas till vem på internet mycket högt. Detta var viktigt av olika anledningar för olika intervjupersoner, men de två största anledningarna var onekligen för att kontrollera hur man uppfattas av andra, och för att man ansåg att andra människor inte var tillräckligt pålitliga för att anförtros med informationen. Den första anledningen är inte svår att relatera till eller förstå. Människor har länge brytt sig om hur andra uppfattar dem, och det sociala spelet har på internet bara hittat ett nytt slagfält gentemot vad det haft tidigare. Den andra anledningen är aningen paradoxal, då delar av intervjupersonerna inte hade några större problem med att anförtro sin information till företag som de ansåg seriösa. Personerna bakom företaget borde i teorin gå att likna med de främlingar som intervjupersonerna i regel inte anser är tillräckligt pålitliga. Anledningen till detta är att företag som är öppna om hur de kommer hantera den personliga informationen anförtros till större grad än vad främlingar görs. Detta trots att företagen lika lätt som en vanlig människa kan bryta sitt löfte och utnyttja informationen på andra sätt än vad som är utlovat. Detta är ett resultat som bland annat de studier som presenteras i tidigare forskning även kommer fram till, och beror enligt de studierna på att öppenhet bjuder in för tillit (Acquisti, John & Loewenstein 2013, s.67ff.; Hui, Teo & Lee 2007, s.26ff). En anledning som även i detta fall kan anses rimlig. Analysen visar även att delar av intervjupersonerna identifierade sina vänner och bekanta som dörrvakter. Ett intressant resultat som innebär att medvetenheten och viljan att kontrollera sin information är väldigt påtaglig, men att även användarnas vänner anförtros med ansvaret att framställa användaren på ett önskvärt sätt.

Förvånande nog var rädslor som får konsekvenser för den egna personens överlevnad i den verkliga världen var inte en oro för alla intervjupersoner. Endast Carina och Erika nämnde att de var oroade för identitetsstölder och liknande brott som får stora konsekvenser för det personliga vardagslivet. Intervjupersonernas rädslor visade sig i stället bland annat även ha anknytning till hur de uppfattades och tolkades av sin omvärld. Med andra ord blir en oro eller rädsla större, beroende på hur sannolika och konkreta dessa farhågorna är. Rädslan för att en potentiell arbetsgivare eller andra människor vars åsikter eller intryck intervjupersonerna värderar ska döma dem utifrån den information som finns tillgänglig om dem på internet var mer närvarande än väntat. Detta riskerade även att för vissa intervjupersoner att skapa en regionskonflikt som försvårade upprätthållandet och

separationen mellan olika sociala relationer, som verkade utifrån olika sociala normer och förhållningssätt. Intervjupersonerna i stort verkade även oroa sig för att bli utsatt för tidskrävande situationer och element som exempelvis reklam, och tog stora försiktighetsåtgärder för att undvika att utsättas för tidsödande skräppost och samtal från telefonförsäljare. Med andra ord verkar negativa aspekter som går att ta på och tydligt se effekterna av vara få och lindriga, och i relation till de positiva fördelarna blir då ett val att bruka tjänsterna enkelt.

Mitt ursprungliga antagande när jag påbörjade denna uppsats var att några av intervjupersonerna skulle vara medvetna om den informationssamling som ägde rum bakom kulisserna av deras internetanvändning, och de av denna anledning skulle vara aningen restriktiva med vilken och hur mycket personlig information de släppte ifrån sig. Detta antagande visade sig uppfyllas i viss mån, då intervjupersoner som till exempel Carina och Erika, vars användning och beteende på internet var sådant som jag tänkte mig att den medvetna och försiktiga internetanvändaren bör vara. Det fanns inga förväntningar på att alla skulle se på sin internetanvändning på detta sätt, men vad jag inte förväntade var den till många delar accepterande ton som intervjupersonerna ibland visade kring datainsamling som något som man helt enkelt fick förhålla sig till, och i slutändan inte kunde påverka.

Det fanns vissa förhoppningar att de faror som bland annat Morozov och Vaidhyanathan varnar för skulle vara vanligare och ses som verkliga hot. Anledningen till att dessa hot inte ansågs som sannolika beror troligen på att dessa typer av faror anses för abstrakta och orealistiska i det samhälle som vi idag lever i. Dessa faror är egentligen inte speciellt osannolika, och att det då blir oroväckande att intervjupersonerna inte lägger större vikt dessa potentiella hot till frihet på internet. Morozov lägger fram många exempel på hur många av internets aspekter som vi gärna hyllar och dagligen utnyttjar kan användas för helt motsatt syfte. Istället för att främja informationsspridning kan internet användas för att hämma informationsspridning. Den enda skillnad mot Morozovs internet och det internet vi ser idag, är egentligen att vi inte ännu har en tydlig spelare i vårt eget samhälle som har haft makten eller möjligheten att införa restriktiva informationsspärrar. Detta kan dock förändras fort, och då är strukturen redan på plats.

Även Vaidhyanathans poänger är värda att tänka över. Desto mer vi förlitar oss på tjänster från Google, desto större maktposition ger vi dem. Francis West, en programmerare och webbdesigner

som skriver för hemsidan www.medium.com, slår spiken rakt på huvudet i sin artikel *We've given Google far to much power*:

We continue to hand over our infrastructure. These are not trivial concerns, these are the tools and services that will shape Earth's future. We're currently handing them the network infrastructure itself (Google Fibre - awesome!) and some may be giving over their day-to-day lives (Google Glass - I want it too), while browsing for what's next (Google Chrome - big fan!) using Android (a humanoid robot). When the NSA takes its afternoon nap, it dreams of being Google

(West, 2014)

Att tillåta en aktör blir för mäktig på internet kan vara direkt skadligt för internets frihet. Google är redan på väg dit genom att äga infrastrukturen (Google fiber), vår personliga information (Google plus, Google glass, Google mail etc.) och våra sökvanor (Google searchengine, Google books, Google maps, Google patents, Google news, Youtube etc.). Konsumenterna sätter sig i en beroendeposition när de förlitar sig för tungt på bland annat Googles tjänster. Min förhoppning var att intervjupersonerna skulle visa större oro för denna pågående utveckling. Men trots detta oroade sig inte intervjupersonerna speciellt för just detta scenario.

Det hade onekligen varit intressant att fortsätta forska inom detta område. Denna studie har riktat in sig väldigt tydligt på unga internetanvändare. En liknande undersökning kring de äldre generationernas medvetenhet och förhållningssätt till personlig information internet hade varit värdefull för privacyforskningen. Det finns en viss syn på äldre människor som tekniskt okunniga, eller åtminstone mindre tekniskt vetande än de yngre, och en sådan studie hade kunnat ge väldig intressanta resultat som hade kunnat fungera som ypperlig kontrast till denna studie. Som vi kan läsa i inledningen i denna uppsats är det i skrivande stund turbulenta tider. Desto mer media uppmärksammar förhållandet mellan exempelvis NSA och FRA och granskar hur personlig data används, desto mer kommer människor att bli medvetna om användningen. Därför hade det också varit väldigt intressant att göra en följdstudie om några år, för att se om några av intervjupersonerna förändrat sina syner och förhållningssätt till deras informationsanvändning.

8. Käll- och litteraturförteckning

Tryckta källor

Acquisti, Alessandro, John, Leslie & Loewenstein, George (2013), *What is privacy worth*. I *The journal of legal studies*, 42 (2), ss. 249-274.

Albrechtslund, Anders (2012), *Socializing the city: Location sharing and online social networking*. I Fuchs, Christian., Boersma, Kees., Albrechtslund, Anders & Sandoval, Marisol. (red.) *Internet and surveillance*. New York: Routledge.

Altman, Irwin (1975), *The environment and social behaviour*. Monterey: Brooks/Cole.

Escudero-Pascual, Alberto (2002), *Privacy in the next generation Internet Data protection in the context of European Union policy*. Stockholm: Kungliga Tekniska Högskolan.

Foucault, Michel (1975), *Discipline and punish*. London: Penguin Books.

Fuchs, Christian (2012), *Critique of the political economy of web 2.0 surveillance*. I Fuchs, Christian., Boersma, Kees., Albrechtslund, Anders & Sandoval, Marisol. (red.) *Internet and surveillance*. New York: Routledge.

Goffman, Erving (1959), *Jaget och maskerna*. 5 uppl, Stockholm: Norstedts.

Hui, Kai-Lung, Teo, Hock Hai & Lee, Sang-Yong Tom (2007), *The value of privacy assurance: and exploratory field experiment*. I *MIS Quarterly*, 31 (1), ss.19-33.

Joinson, Adam & Paine, Carina (2007), *Self-disclosure, privacy and the internet*. I Joinson, Adam., McKenna, Katelyn., Postmes, Tom & Reips, Ulf-Dietrich. (red.) *The Oxford handbook of internet psychology*. New York:Oxford University Press.

Kvale, Steinar & Brinkman, Svend (2010), *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2 uppl, Lund: Studentlitteratur.

Morozov, Evgeny (2011), *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York: Public Affairs.

Vaidhyanathan, Siva (2011), *The Googlization of everything and why we should worry*. Los Angeles: University of California Press.

Whitty, Monica & Joinson, Adam (2009), *Truth, lies and trust on the internet*. East Sussex: Routledge.

Elektroniska källor

Furnas, Alexander (2012), *Everything You Wanted to Know About Data Mining but Were Afraid to Ask*. <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/04/everything-you-wanted-to-know-about-data-mining-but-were-afraid-to-ask/255388/> [2014-01-26]

Rensfeldt, Gunnar (2013), *FRA hackar datorer topphemligt projekt med NSA*. <http://www.svt.se/ug/fra-hackar-datorer/> [2014-01-26]

Svenska Dagbladet (2013), *Mannen som röjde USA:s övervakning träder fram*. http://www.svd.se/nyheter/utrikes/mannen-som-rojde-usas-overvakning-trader-fram_8250194.svd/ [2014-01-26]

West, Frank (2014), *We've given Google far too much power*. <https://medium.com/p/32ba2b38c219/> [2014-01-26]

9. Bilaga

9.1 Intervjuguide

Generella råd som jag kan använda genom intervjun: Följdfrågor, tystnad. Det viktiga är att intervjupersonen pratar, jag modererar bara intervjun. Extrahera information. Hur, var, varför är bra.

Den faktiska intervjun:

Inled med kort introduktion till varför jag intervjuar människor och vad intervjun kommer handla om. Försäkra om anonymitet osv.

Jag tänkte vi skulle diskutera personlig informationshantering på internet. Är det något du funderat över? Vad har du för tankar kring detta?

Hur ofta använder du sociala medier på internet?

I vilka situationer delar du med dig av din personliga information på internet? Varför?

Finns det några gränser för vad som är okej att lägga ut på sociala medier? För dig? Allmänt?

Vad har du för tankar och åsikter om att andra delar material om dig och andra människor än dem själva?

Vad har du för tankar kring den information som säkerligen finns lagrad om dig på internet i någon databas? Vilket syfte tjänar informationssamlingen till?

Hur tänker du kring anonymitet på Internet?

Kan du prata lite om internets positiva sidor? Vad är bra med internet idag? För samhället? För privatpersoner? Förtjänster?

Kan du prata lite om internets negativa sidor? Vad är mindre bra med internet idag? För samhället? För privatpersoner? Hot?

Vilka frågor och problem ser du uppstå för internet i framtiden?