

# **"Jag har kommit in i vissa facebookgränder, men inte alla"**

– privat och offentligt i en arbetsplatskontext

Lunds Universitet

Institutionen för kommunikation och medier

Medie- och kommunikationsvetenskap

MKVA22:4 Vt 2018

Författare: Dajana Kovacevic och Michael Svensson

Handledare: Laura Saarenmaa Examinator: Tommy Bruhn

## Sammanfattning

Studien undersöker hur några kollegor på en arbetsplats ser på gränsen mellan privat och offentligt på och utanför Facebook. Skiljer sig deras uppfattningar om vad som är privat och offentligt när de förhåller sig till arbetsplatsen och arbetskollegorna jämfört med andra kontexter som de ingår i? Teoretisk utgångspunkt är Goffmans begrepp front stage/back stage samt senare teorier om interaktion mellan människor i sociala medier. Det empiriska underlaget är hämtat från en intervju i en fokusgrupp på en svensk, kommunal arbetsplats våren 2018.

Analysen visar att synen på privat och offentligt, både på och utanför arbetsplatsen, är nära sammankopplad med intervjudeltagarnas sociala relationer och att de är medvetna om svårigheten att skilja mellan privat och offentligt på Facebook. På Facebook möts olika kontexter vilket innebär att intervjudeltagarna måste vara uppmärksamma på vad delar och vem som får tillgång till det – de måste vara beredda på att styra de intryck de ger.

Nyckelord: *Facebook, privat, offentligt, arbetsplats, arbetskamrater, vänner, front stage, back stage, kontextkollaps, nätverksoffentligheter, sociala medier*

## Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b>	<b>4</b>
1.1 Syfte och frågeställning	5
<b>2. Teori – front stage/back stage, kollapsande kontexter och nätverksöfentligheter</b>	<b>5</b>
<b>3. Metod</b>	<b>9</b>
3.1 Fokuserad gruppintervju	11
3.2 Urval	12
<b>4. Analytiskt tillvägagångssätt</b>	<b>13</b>
4.1 Analys av fokusgruppsintervjun	15
4.1.1 Vad är privat och öfentligt?	15
4.1.2 Gruppens syn på och hantering av privat/öfentligt i en arbetsplatskontext	20
<b>5. Slutdiskussion</b>	<b>26</b>
<b>Källförteckning</b>	<b>29</b>
<b>Bilaga #1 – Intervjuguide</b>	<b>30</b>
<b>Bilaga #2 – Kodningsschema</b>	<b>31</b>

## 1. Inledning

De flesta av oss har i dag ett konto på flera sociala medier. I Sverige är det Facebook som dominerar, 74 % av Sveriges befolkning har använt Facebook någon gång under 2017 (Davidsson & Thoresson, 2017:42). Det finns stora skillnader vad gäller hur mycket privat information vi delar med oss av på Facebook. Vissa berättar regelbundet och detaljerat om vad som sker i deras liv medan andra är mer restriktiva. Många av oss kan också ge exempel på när saker som man inte velat att andra ska se har hamnat på plattformen. Det kan vara en ofördelaktig bild eller en kompis som taggat en i ett sammanhang man inte vill förekomma i. I grund och botten handlar det ytterst om synen på vad som är privat och offentligt i dagens samhälle. Att det här är frågor som är dagsaktuella visar inte minst den medialt uppmärksammade skandalen kring Facebook och användarnas personuppgifter, som analysföretaget Cambridge Analytica olovligen fått tillgång till (Schori, 2018). Samtidigt är integritetsfrågor på tapeten också på en överstatlig nivå. EU:s dataskyddsförordning, GDPR, trädde i kraft den 25 maj 2018 och ställer högre krav på myndigheternas och företagens hantering av personuppgifter (Europeiska kommissionen, 2018).

Skillnaden mellan privat och offentligt är dock en äldre diskussion än våra förändrade vanor i och med de sociala mediernas intåg i vår uppkopplade tidsålder. Redan på 1950-talet myntade den kanadensisk-amerikanske sociologen och antropologen Erving Goffman begreppen front stage och back stage, vilka beskriver människors intrycksstyrning i sociala sammanhang. Vi betar oss exempelvis olika när vi är med våra nära vänner respektive när vi går på arbetsintervju. Vissa saker vill vi helst inte att andra ska få veta om oss, de hör helt enkelt hemma i den bakre regionen (back stage) eftersom det kan medföra konsekvenser om de sipprar ut i den främre (front stage). Som termen *sociala medier* avslöjar handlar en stor del av exempelvis Facebooks dragningskraft om att bygga nätverk med andra människor, genom att ta del av det som de delar på plattformen och genom att interagera med dem. Enkelt sagt – man både ger och tar. Vill man inte berätta om sina egna förehavanden blir det plötsligt meningslöst att skapa ett konto. Frågan är då om synen på vad som är privat och offentligt skiljer sig på Facebook och utanför Facebook?

Uppsatsen tar sin teoretiska utgångspunkt i Goffmans tankar om front stage och

back stage och kompletteras med mer nutida begrepp som kan användas för att diskutera privat och offentligt. Uppsatsens empiriska underlag är en kvalitativ intervjustudie genomförd som en fokusgruppsintervju på en svensk, kommunal arbetsplats. Att frågeställningen undersöks i en arbetsplatskontext gör den särskilt intressant eftersom relationen med våra arbetskamrater är speciell. Arbetskamrater är ofta inte våra vänner och därmed är det troligt att de flesta av oss filtrerar vad vi berättar för dem om våra privatliv. Samtidigt är kollegor inte heller totala främlingar inför vilka vi vill upprätthålla en fasad. Var drar man då gränsen mellan privat och offentligt i ett sådant sammanhang?

## 1.1 Syfte och frågeställning

Uppsatsen syftar till att lämna ett bidrag till forskningen och den vetenskapliga diskussionen om privat respektive offentligt i dagens samhälle, både på och utanför sociala medier. Studien är inriktad på plattformen Facebook och inom en arbetsplatskontext.

Uppsatsens mål är att försöka besvara följande frågeställningar:

1. Hur ser deltagarna på privat och offentligt på och utanför sociala medier som Facebook?
2. Hur ser de på privat och offentligt i sin roll som medarbetare och kollega i en arbetsplatskontext?

## 2. Teori – front stage/back stage, kollapsande kontexter och nätverksoffentligheter

Även om ett konto på Facebook bygger på att användaren delar med sig av sin, och tar del av andras, personliga information, innebär inte det att precis vad som helst delas med vem som helst. Vi må förhålla oss olika till vad som är privat och offentligt men det är troligtvis ytterst få personer som inte har någon slags gräns mellan de båda. Erving Goffman ger i sitt klassiska verk *Jaget och maskerna* från 1959 ett stort antal exempel på hur människor styr vilket intryck de ger om sig själva till andra i olika situationer. Det finns paralleller mellan Goffmans intrycksstyrning i varierande sociala situationer och dagens ofta noga genomtänkta inlägg i sociala medier som Facebook. Om vi exempelvis tar tio selfies och av någon

anledning inte lägger ut den vi blev allra snyggast på utan en där vi gör en konstig min, skulle nog få av våra facebookvänner tolka det som stundens ingivelse. Eftersom vi är medvetna om att det som delas i sociala medier också kan spridas vidare bortom ens kontroll, är det nära till hands att dra slutsatsen att en ful bild på Facebook också läggs ut av en anledning. Även om det mest utlämnande om oss själva också kan publiceras på Facebook och på andra sociala medier, är det mer troligt att vi försöker kontrollera exakt vem som får tillgång till det. Detta är också en form av intrycksstyrning.

Goffman använder begreppen front stage och back stage för att förklara hur vi beter oss i olika situationer där vi interagerar med människor. Ett klassiskt exempel är kyparen på en restaurang som behandlar gästerna på ett respektabelt sätt när han tar deras beställning, bara för att baktala dem i köket där beställningen överlämnas till kocken (Goffman, 2009:101f, 109f). Man kan se det som att restaurangen, front stage, är platsen för ett väluppfostrat, *offentligt* beteende, medan köket, back stage, är platsen där kyparen kan vara mer oförställd och *privat* i sällskap av sina kollegor. Gästerna förväntar sig en viss servicenivå. Skulle kyparen bete sig så som han egentligen känner för finns risken att gästerna blir arga och går därifrån.

Hur en person beter sig front stage har alltså att göra med intrycksstyrning, ett försök att visa att personen upprätthåller vissa normer. Att bryta mot normerna kan resultera i diverse konsekvenser (2009:97ff), till exempel förlorade middagsgäster. Det finns således en gräns mellan dessa båda regioner, ofta rent fysiskt en dörr som går att stänga och/eller låsa. De personer som samarbetar för att styra intrycken front stage är ofta förtroliga med varandra. De är dem man kan vara ärlig inför eftersom även de arbetar mot samma mål, till exempel att locka gäster till restaurangen. Man kan släppa lite på garden i deras sällskap (2009:110, 114, 117) men troligtvis inte helt och hållet, om de inte står en väldigt nära. Goffman identifierar det problem som uppstår när personer bevittnar något som de inte borde ha sett, eftersom det förstör det intryck som någon annan försöker ge dem. Detta hanterar människor genom att undvika att blanda sina olika roller, alltså de olika intrycken av sig själva de ger andra. (2009:121f). Om man betänker att sociala medier är en naturlig del av många människors vardag, att många har sina riktiga vänner och familjemedlemmar som facebookvänner samt att de allra flesta troligtvis också har facebookvänner som bara är bekanta, gamla bekanta eller till och med människor vi aldrig träffat offline, är det intressant att ställa sig frågan hur gränsen mellan front stage och back stage ser ut på sociala medier, exempelvis Facebook.

Kontextkollaps är det som sker när vi inser att de olika intryck av oss själva som vi mödosamt försöker ge i olika situationer, de olika roller vi spelar, plötsligt krockar med varandra. Saker från en kontext hamnar utanför kontexten och förflyttas in i ett annat sammanhang (Marwick & boyd, 2014:1057). Såvida vi inte samlar olika kontakter i olika sociala medier – släktingar på Facebook, vänner på Instagram och arbetskamrater på LinkedIn till exempel och håller oss strikt till denna uppdelning, är det troligt att vår mormor, som är vår facebookvän, får se något som publicerats med våra vänner som tilltänkt målgrupp. Likaså vill få människor att potentiella arbetsgivare ska se bilder där man gör bort sig på en blöt fest. Det är alltså inte informationen som är ofördelaktig eller pinsam i sig själv, utan att den sprids utanför den kontext där man är bekväm med dess offentlighöjande. Alice Marwick och danah boyd [sic!], som fördjupat sig i hur vi använder sociala medier, konstaterar att denna kontextkollaps "tvingar" de amerikanska ungdomar som ingick en studie de genomförde tillsammans, att agera på olika sätt. Exempelvis valde några att filtrera inläggen så att bara vissa facebookvänner fick dem i sitt flöde (ibid). Enligt Marwick och boyd finns det inga stabila kontexter eller fixerade normer för vad som ska gälla i dessa kontexter, utan det är något som ständigt förändras. Vi tolkar kontexter på olika sätt och det finns skillnader i vår förmåga att bedöma kontexter, något som givetvis kan ställa till det för vår interaktion med andra i sociala medier (2014:1064).

Kontextkollaps må vara ett begrepp som används för att beskriva verkligheten i sociala medier, men det påminner mycket om de situationer Goffman beskriver i *Jaget och maskerna*, där fel person bevittnar något hen inte borde ha sett. Boken gavs ut år 1959 och det förekom givetvis redan skvaller och ryktesspridning. Skillnaden mot idag är att i vår tidsålder så sprider sådant sig i mycket snabbare takt och till en större publik. Dessutom finns det lite en drabbad person kan göra när bollen väl är i rullning i sociala medier (Hammarlin & Miegel, 2017:57). Att verkligheten ser ut såhär måste givetvis ha påverkat hur människor i dag förhåller sig till vad som är privat och offentligt och de lär dessutom vara något mer uppmärksamma på det som är synligt i sociala medier.

Med fokus på arbetsplatsen som en särskilt intressant kontext för att utforska synen på privat och offentligt eller front stage och back stage, öppnas en rad nya dörrar. Deborah Chambers, professor i medievetenskap och cultural studies, lyfter i boken *Social media and personal relationships* fram flera viktiga aspekter kring mänskliga relationer i sociala medier. Hon argumenterar för att vårt moderna samhälles syn på fenomen som vänskap och intimitet

har förändrats till att kretsas mer kring det självvalda samt kring ömsesidighet och självutlämning. Just självutlämning är något människor regelbundet sysslar med i sociala medier (Chambers, 2013:46f). Därför blir det relevant att också fundera på hur våra relationer ser ut i sociala medier och vilka vi lämnar ut oss själva inför. I det här specifika fallet är det exempelvis intressant att ta reda på om intervjudeltagarna är facebookvänner med sina arbetskamrater.

Chambers knyter an till ett begrepp av danah boyd – nätverksoffentligheter (networked publics). Ny teknik ramar in våra personliga nätverk i offentliga miljöer, personliga kulturer sträcker sig numera ut i den offentliga kulturen. Dagens förhållande mellan privat och publikt (eller offentligt) har enligt boyd formats av tekniken och manifesterar sig i nätverksoffentligheter. Dessa är sociala utrymmen där föreställda gemenskaper (imagined communities) kommer samman tack vare nätverkstekniken bakom sociala medier. Ett exempel på hur personliga och offentliga kulturer går in i varandra i nätverksoffentligheter, är att vi numera lägger ut bilder i sociala medier istället för i traditionella fotoalbum. Tidigare var gränsen mellan privat och offentligt klarare. Det förstnämnda kretsades kring familj och vänner medan det senare var det som var offentligt i massmedierna. I dag är således gränsen luddigare (Chambers, 2013:52ff). En viktig aspekt av sociala medier som Facebook, är just våra tillagda kontakter eller vänner som vi interagerar med. boyd ser dessa listor med vänner som ett uttryck för vår "offentlighet", men det finns såklart skillnader i vilka som inkluderas i denna offentlighet. För vissa är det bara riktiga vänner som ingår medan andra även lägger till personer som de har mycket svagare band till. boyd för fram att de personer som ingår i denna nätverksoffentlighet faktiskt också blir vår publik (audience) i och med att vi delar saker med dem. Vi anpassar oss dessutom efter vår uppfattning om denna vår publik (Chambers, 2013:55ff). Att vi anpassar oss efter vår publik i sociala medier för oss återigen in på den intrycksstyrning Goffman skrev om långt innan digitala medier existerade. Sammanfattningsvis kommer vår analys av intervjumaterialet längre ner utgå från begreppen front stage och back stage/offentligt och privat, kontextkollaps och nätverksoffentligheter.



### 3. Metod

Vi har valt att genomföra studien genom att använda oss av kvalitativ intervju som metod. En intervju ger oss informanternas tolkningar kring deras tankar gällande vad som är privat och offentligt i sociala medier, och möjliggör därmed ett försök till att förstå och tolka individens livsvärld (Ekström och Larsson 2010:16, Kvale 2009:63ff). Intervju som metod tillräknas den hermeneutiska skolan (Kvale 2009:66). Metodens avsikt är att nå en vetenskaplig kunskap i termer av förståelse. Detta sker genom att vi tolkar informanternas egna tolkningar, och därefter förmedlar den kunskap som kommer fram i analysen (Ehn & Löfgren 2017:5, Ekström 2010:28f). Detta angreppssätt går hand i hand med våra forskningsfrågor. Med hjälp av en kvalitativ metod kan vi upptäcka sociala och kulturella kontexter, och hur dessa, tillsammans med attityder och samhällets diskurser, har påverkat individens tankesätt om privat och offentligt. Den kvalitativa metoden ger oss möjligheten att både under materialinsamlingen och i analysprocessen fördjupa oss i våra frågor, vrida och vända på saker för att se frågan ur olika personers perspektiv och ögon, för att få en mångsidig analys (Wibeck, 2000:94ff, Ehn & Löfgren 2017:10, 31). Verktygen som används för att närma sig en fråga är blicken, hörseln, känseln, diskussionen och skrivandet (Ehn & Löfgren 2017:10, Ekström 2010:28). Genom att en människa ser och tolkar saker olika, kan olika ingångar och tolkningar prövas och diskuteras, både under materialinsamlingen och i analysfasen. I den kvalitativa metoden kan analysen och materialinsamlingen (men behöver inte), ske hand i hand (Ehn & Löfgren 2017:10). I vårt fall använde vi oss av de olika verktygen för att närma oss frågan planerat, men också instinktivt under intervjun. Under intervjun upplevde vi till exempel att gruppen hade en defensiv hållning gentemot en av oss, något som inte framkommer i transkriberingen. Detta kommer vi nämna längre fram.

Det finns ett antal olika kvalitativa metoder för att samla in material om människans vardagliga användning av medier och teknik. Metoderna kan vara deltagarobservationer och samtalsintervjuer (Ehn & Löfgren 2017:6-9, Ekström 2010:25ff, Larsson 2010:53ff), och gärna i kombination för att bredda det empiriska materialet (Olsson 2008:69f, Larsson 2010:53). Olsson nämner även mediedagböcker som en metod. Vi har valt att inte genomföra observationer, be informanterna skriva dagböcker eller få titta på deras Facebook-konton. Istället koncentrerar vi oss på samtalsintervjuer, en metod vi fördjupar oss i senare i denna text. Enligt Olsson är observationer ovanliga vid studier av medieanvändningen (2008:69f).

Metoden används främst för att metodtriangulera annan data, till exempel intervjudata. Vad man observerar beror på vad man studerar (Olsson 2008:69, Ekström 2010:30ff, 41f). Observationer kan ge oss en bild som informanten kanske inte själv ser eller har reflekterat över (Olsson 2008:72). Nackdelen med observationer är att det är tidskrävande och kan vara svårt att klassificera och analysera. Vi väljer att inte genomföra observationer på grund av tidsbrist samt att vår forskningsfråga är snäv. Mediedagböcker är en annan bra metod att använda för att metodtriangulera, enligt Olsson. Genom att be informanterna skriva ner vad de gör och tänker samt när, skulle man bland annat kunna se om informanterna över- eller underrapporterar sin användning av ett medium (2008:72f). Informanten skulle behöva reflektera över sin användning och på så sätt ge oss en mer mångfasetterad bild kring vår fråga vid samtal. Nackdelen med dagböckerna är att det är tidskrävande för informanterna och att bortfallet av data ofta blir stort. Vi har valt att inte använda oss av mediedagböcker just på grund av de nämnda nackdelarna. Sammanfattningsvis är de tre ovan nämnda metoderna inte ett självändamål. Syftet är att samla in tillräckligt med empirisk data för att våra argument ska vara giltiga (validitet) och tillförlitliga (reliabilitet) för att kunna besvara vår forskningsfråga (Olsson 2008:45ff, Ekström och Larsson 2010:14), vilket vi anser kan uppnås med hjälp av intervjuer.

Vår gruppintervju fokuserar på individen och en mindre grupp som befinner sig i en specifik kontext. Studiens resultat kan därför inte appliceras på en annan population eller användas för att generalisera om fenomenet. Vår studie är också subjektiv, detta eftersom vi eftersträvar att förstå hur individen upplever sig själv och sin omgivning (Olsson 2008:5, Kvale 2009:63ff). I sin tur innebär vår subjektiva infallsvinkel att våra intressen och utbildning styr resultatet genom att vi ställer frågor som delvis styr inriktningen på samtalet (Olsson 2008:95). Ett knep för att inte vara alltför ledande är att ställa öppna frågor och be informanten att beskriva sin medieanvändning, snarare än att ha frågor som går att besvara med ett ja eller nej (Olsson 2008:53). Undantaget är om frågan är för svår, då kan det vara läge att bena ut den. I nästa kapitel har vi tagit med exempel på sådana situationer som uppstod under intervjun.

### 3.1 Fokuserad gruppintervju

Datan i studien samlades in genom en semistrukturerad fokuserad gruppintervju, eller fokusgrupp, som pågick i trettio minuter. I vanliga fall brukar antalet fokusgrupper bestämmas av hur många intervjuer som krävs för att uppnå teoretisk mättnad, alltså att forskarna inte längre får nya perspektiv eller svar på sina frågor (Wibeck, 2000:49). Den snäva tidsramen i det här fallet innebar dock att studien baserades på en enda fokusgrupp. Deltagarna var fem till antalet, detta för att skapa en miljö där alla deltagare kunde komma till tals, samtidigt som de var tillräckligt många för att gruppdiskussioner skulle uppstå (Wibeck, 2000:49ff, Olsson 2008:66). Studien hade också kunnat genomföras med hjälp av enskilda intervjuer, men den stora fördelen med fokusgrupper är just att deltagarna kan jämföra åsikter och värderingar med varandra i gruppdiskussioner. Åsikter bildas ofta i interaktion med andra och varje deltagare i en fokusgrupp behöver på sätt och vis förhålla sig till det någon annan säger eller påstår (Wibeck, 2000:127). På så vis ökar också chansen att deltagare nämner aspekter av ett ämne som från början inte ingick i studiens fokus, men som kan vara intressant ändå.

En semistrukturerad fokusgruppsintervju utgår från några valda teman med nyckelfrågor som intervjuarna gärna ser besvaras. Till skillnad från den strukturerade varianten med förutbestämda frågor, arrangeras fokusgruppen som en gruppdiskussion där deltagarna pratar fritt utifrån ett övergripande ämne och moderatorn endast i undantagsfall går in och ställer nyckelfrågorna (Wibeck, 2000:128f). Inför intervjun sammanställdes en intervjuguide om en A4-sida med två teman och några nyckelfrågor [se bilaga #1, s.29]. Tema 1 handlade om gränsen mellan privat och offentligt på Facebook, medan tema 2 var privat och offentligt men i en arbetsplatskontext.

Det är alltid svårt att förutse hur en fokusgruppsdiskussion kommer fortlöpa. Under intervjun i fråga behövde vi oftare än vi hade räknat med uppmuntra deltagarna genom att ställa följdfrågor och genom att initiera en diskussion av en nyckelfråga. Flera gånger hände det att en deltagare besvarade en fråga och de övriga deltagarna bekräftade att de såg likadant på saken, genom att humma eller säga "Absolut" eller "Precis". Därefter blev det tyst. Hade vi nöjt oss med det, hade diskussionen dött ut. Vi såg oss därför tvungna att blåsa liv i den på endera sättet. Med detta sagt är vi medvetna om att vi, genom de följdfrågor vi ställde, styrde intervjun i en viss riktning vilket onekligen har påverkat de svar som deltagarna gav (Wibeck,

2000:128f). Även om vi försökte ställa öppna frågor krävdes det ibland att frågorna var smalare för att visa deltagarna var vårt intresse låg. Någon enstaka gång ställdes också ledande frågor, vilket inte är önskvärt, men dessvärre en vanlig fälla när man försöker väcka liv i en diskussion. Ett sådant exempel är när en av oss vill bekräfta att hon tolkat deltagarna rätt när de diskuterar om man lägger till kollegor som facebookvänner [se sid. 22]. Sammantaget innebär detta att validiteten, giltigheten, för studien blir lägre än vad som vore fallet om vi enligt plan hade kunnat genomföra en mindre styrd fokusgruppsintervju (Wibeck, 2000:121). Eftersom vi planerade att genomföra en enda fokusgruppsintervju och deltagarna bara kunde avvara en halvtimme av sin arbetstid, blev lösningen att vi tog mer plats under intervjun än vad vi initialt hade tänkt oss.

### **3.2 Urval**

Eftersom vi bara planerade genomföra en fokusgruppsintervju bestämdes det att vi skulle hitta en redan existerande grupp där deltagarna var bekanta med varandra. Fördelen med det är att utbytet av erfarenheter blir enklare än vad som är fallet när deltagarna ska prata om personliga förhållanden inför främlingar. I det finns samtidigt också en nackdel, nämligen att känsliga ämnen kan undvikas. Exempelvis kanske man inte säger vad man tycker om folk som ständigt publicerar bilder på sina barn om man vet att en kollega brukar göra just det (Wibeck, 2000:51-54). Likaså finns det en annan risk med existerande grupper, nämligen att vissa saker kan vara underförstådda för gruppmedlemmarna och att de därför inte berör dem i diskussionerna. Som moderator kan man, som redovisats ovan, försöka hantera allt detta genom att föra ett ämne på tal när diskussionen inte riktigt tar fart som man tänkt sig. Ytterligare en fördel med att intervjua deltagare från en befintlig grupp som ofta lyfts fram, är att diskussionen kommer närmare ett riktigt, vardagligt samtal som deltagarna hade kunnat ha på till exempel fikapausen (ibid).

Om en studie exempelvis fokuserar på skillnader i synen på privat och offentligt mellan olika grupper i samhället, rekommenderas istället att samla flera olika fokusgrupper som är inbördes homogena men skiljer sig från varandra vad gäller ålder, kön, etnicitet eller vad det nu kan handla om (Wibeck, 2000:51). På det sättet blir det lättare att jämföra olika perspektiv. Även om vi också intresserar oss för olika sätt att se på privat och offentligt mot bakgrund av våra forskningsfrågor är det inte här vi lägger vårt fokus. Istället är det synen på

privat och offentligt som medlem av en grupp, i det här fallet kollegor på en arbetsplats, som vi finner mest intressant.

Då det var svårare att hitta en arbetsplats med en grupp kollegor som kunde ställa upp än vi trott, genomfördes intervjun till sist på den arbetsplats där en av oss arbetar. För att komma runt problemet med att intervjua några man är bekant med, valdes en grupp på en annan avdelning än den som en av oss arbetar på. Det bestämdes också att den av oss som är anställd på arbetsplatsen inte skulle leda fokusgruppen utan istället fungera som assistent. Redan tidigt i intervjun märkte vi dock att deltagarna var lite mer tillbakadragna än förväntat, vilket ledde till att moderatorn fick initiera några nyckelfrågor och ställa flera följdfrågor. Efter ett tag blev även assistenten, som fram tills dess mest antecknat vem som sa vad, också aktiv i intervjusituationen. Detta var något som vi alltså diskuterat på förhand och bestämt att vi skulle undvika men det visade sig att deltagarna var något mindre tillbakadragna när assistenten ställde frågorna.

I ljuset av våra forskningsfrågor – vad som är privat och offentligt på och utanför Facebook och i en arbetsplatskontext, tror vi att närvaron av en för deltagarna bekant person, om än inte den närmaste kollegan, och en för dem helt obekant person, har påverkat själva fokusgruppsdiskussionen. Vi upplever att den av oss som arbetar på samma arbetsplats sågs med andra ögon än den som inte är en del av arbetsplatsen. Lustigt nog blev assistenten, en kollega från en annan avdelning, behandlad som om hen var en medlem av en existerande grupp, ett privat sammanhang om man så vill, medan intervjuaren bemöttes som en representant för "det offentliga". Vi ser detta som det främsta skälet till att deltagarna var mer försiktiga när det kommer till att besvara vissa av intervjuarens frågor. Givetvis är det intressant att fundera på hur detta har påverkat studiens validitet, om deltagarna verkligen har besvarat alla frågor ärligt och korrekt. Samtidigt hade vi troligtvis fått helt andra svar om endast intervjuaren hade närvarat, så i det här fallet hjälpte det att assistenten kunde gå in och försöka få igång en diskussion.

#### **4. Analytiskt tillvägagångssätt**

Vi har valt en så kallad *exakt* transkriberingsnivå. Det innebär att vi tagit med utfyllnadsorden, instämmande ljud och avbrutna meningar och noterat skratt (Olsson, 2008:94). Däremot har vi inte gjort några noteringar kring kroppsspråket. Valet av

transkriberingsnivån valdes då vi initialt intresserade oss av hur individerna tilltalar varandra och interaktionen mellan individerna i gruppen. I transkriberingen av citaten har vi ändrat namnen på intervjudeltagarna. Vi redovisar inte deltagarnas kön respektive ålder eftersom dessa parametrar inte är intressanta i relation till studiens fokus.

Efter att vi transkriberat halva intervjun var gjordes en innehållsanalys. För att öka studiens reliabilitet eller tillförlitlighet under själva analysen, gjorde vi varsin kodning av materialet. På så sätt ville vi uppnå interkodarreliabilitet, alltså minska risken att göra ogenomtänkta och förhastade tolkningar. Det transkriberade materialet tematiserades, vilket innebär att man med utgångspunkt i vald teori letar efter de aspekter som teorin fokuserar på i det insamlade materialet. Tillvägagångssättet hämtades ur Tobias Olsson, professor i medie- och kommunikationsvetenskaps, bok *Medievardagen*, men strukturen och den tekniska lösningen är något som vi utvecklat själva (se bilaga #2, s.30). Eftersom vi endast har två forskningsfrågor var det givet att dessa båda skulle utgöra varsitt tema. Kodningen började med en genomgång av materialet, där varje transkriberat citat som på något vis kunde kopplas till någon av de två forskningsfrågorna, taggades med tema i ett excel-dokument. Genom Excels sorteringsfunktion kunde vi enkelt sortera ut citaten och diskussionerna som berörde "Privat/offentligt" respektive "Privat/offentligt i en arbetsplatskontext" och övriga underteman som var av intresse (Olsson, 2008:103-109). Vi hade även ett fält där vi satte ut relevant litteratur som vi kunde diskutera utifrån, samt ett fält för kommentarer.

När denna första kodning var klar gick vi tillsammans igenom den för att se hur vi dragit gränsen mellan de två teman vi utgick ifrån och om vi kategoriserat citaten på samma sätt. Reliabiliteten är högre om de två kodarnas resultat inte skiljer sig alltför mycket (Wibeck: 2000:92, 120). I det här fallet hade vi kodat materialet på ett snarlikt sätt och det enda vi behövde diskutera var hur många underteman till respektive tema vi skulle ha och vad vi skulle kalla dem. Även om vi använder olika begrepp för vissa aspekter kom vi fram till att de handlar om samma saker och enades till slut om några underteman som var mer relevanta för analysen.

## 4.1 Analys av fokusgruppsintervjun

Analysen är som nämnt uppdelad i två temafrågor. I den första temafrågan undersöks gruppens syn på privat och offentligt, samt hur deras syn har förändrats eller anpassats efter kontexten. Till detta tema finns följande underteman kopplade:

1. Facebooks påverkan på vad som är privat och offentligt på plattformen
2. Medvetenhet om informationens spridning på Facebook
3. Kontextkollaps

Den andra temafråga som analyseras är gruppens syn på och hantering av privat och offentligt i en arbetsplatskontext. Till detta tema finns följande undertema:

1. Strategisk användning av Facebook

### 4.1.1 Vad är privat och offentligt?

Grunden för att ha en diskussion där alla är medvetna om vad som diskuteras, är att definiera nyckelbegreppen. Detta gjorde vi genom att ställa frågan vad som är privat och vad som är offentligt. Svaret vi fick var "Det var svårt...". Vår vardag med sociala medier gör att det är svårt att definiera vad som är privat och offentligt jämfört med tiden innan (Chambers, 2013:42). Svaren på frågan om vad som är privat och offentligt kom först efter att vi satte frågan i en kontext, i det här fallet om foton på barnen är privat. Gruppens egen tolkning av privat och offentligt landade då i att det inte är sakerna som avgör, till exempel ett foto eller en uttryckt åsikt. Istället är det kanalen som avgör, och hur den påverkar en själv eller andra.

Tina: – Det är offentligt om man väljer att visa det, tycker jag liksom. Men väljer man inte att visa det så är det privat.

Kristin: – Även om jag lägger ut något på Facebook som jag tycker är privat så kan det ju spridas så det blir offentligt eftersom... ja, man ska ju kanske alltid tänka att det kan liksom bli offentligt, eller att folk som jag kanske inte har tänkt ska se det, ser det...

Tina: – Och det går väldigt fort.

Kristin: – Absolut.

Per: – Det är svårt det där men...själv är jag inte så... jag är inte så privat av mig men man har ju lärt sig att man ska vara noggrann med vad man skriver och vad man tycker och så där. Jag har varit med om folk som har skrivit "Grattis till att ni fått barn" och så, när de knappt har presenterat för sina föräldrar och så vidare... Så man får vara noggrann med vad man skriver och säger, det är kanske inte bara i ens egna intressen utan i andras intressen också.

Vår tolkning av diskussionen är att gruppen tycker att ett foto är privat tills fotot är publicerat så att andra kan se det. Likaså om det rör sig om en åsikt, alltså "vad man tycker". Åsikten blir offentlig när man berättar den för andra, fram tills att det är gjort klassas den som privat. Offentliggörandet innebär en aktivitet från avsändarens sida, med insikt om att mottagaren tolkar informationen utifrån sin egen kontext och förståelse av omvärlden. Offentliggörandet kan då skapa känslor och/eller problem i relationer om informationen offentliggörs vid fel tidpunkt. Gruppens tolkning är att på Facebook är man alltid front stage, för att använda Goffmans uttryck (2009: 97-102). Saker som inte har med känslor och relationer att göra är också offentligt. Per förtydligade denna tolkning följande:

– Aaa... jag håller med också [om att familjelivet är privat]. Kanske inte så mycket... hårda saker är jag inte så noga med, alltså vad jag heter, var jag bor och vad jag tjänar och såna saker. Kanske mer då familjerejer... känslor och grejer. På den nivån.

Diskussionen om familjelivet förtydligar tolkningen av privat och offentligt ytterligare. Hela gruppen tycker att familjelivet var en privat sak. En av deltagarna, som berättar att hon inte har funderat något djupare kring privat och offentligt, visar instinktivt kopplingen mellan de båda, samt insikten att det man publicerar på Facebook kan spridas utanför ens närmaste krets, och därmed klassas som offentligt.

Beatrice: – Ja, jag är inte så aktiv på Facebook. Så jag vet inte om jag har tänkt så mycket mer än att jag lagt att det bara är nära vänner som kan se vad jag lägger ut.

Senare i diskussionen framkommer det att Nina hade kört på en stolpe med sin bil. En komisk olyckshändelse som hon berättade om för arbetskollegorna runt fikabordet, men som hon



aldrig skrev om på Facebook, trots att hon endast har sina närmaste vänner på Facebook, cirka 25 till antalet. Svaret visar medvetenheten om spridning av information på Facebook, att saker blir offentliga när de når personer utanför ens närmaste krets, samt att informationen har en påverkan på relationer. I hennes fall tolkar vi att det handlar om att hennes rykte kan påverkas genom att publiken inte glömmer bort hennes misstag, om misstaget finns publicerat i sociala medier. Det är ett exempel på intrycksstyrning (Goffman, 2009:97-102, Chambers 2013:78). Nina vill inte att hennes relativt lilla krets på Facebook ska få det intrycket att hon är en sådan person som kör rakt in i en stolpe. Detta väljer hon att behålla back stage.

Kristin: – La du ut det på Facebook?

Nina: – Nä. Det gjorde jag inte.

Tina: – Men du delade med det för oss.

Nina: – Här ja! På arbetsplatsen.

Michael: – Men varför inte på Facebook?

Nina: – Där är gränsen. Haha.

Michael: – Men vilken gräns är det då?

Nina: – Ja, precis. Jag ville kanske inte att det ska sprida sig i hela Sverige.

Beatrice: – Det är kanske en sak att säga det, men det är en annan sak att sprida det och publicera det. Då finns det där för alltid. Har du sagt det liksom på jobb, ja då kan det försvinna sen, folk kan glömma det. Men har man skrivit så kan de säga: "Ja men det kan jag plocka fram och visa. SÅ sa du faktiskt".

Att Nina inte delade med sig av olyckshändelsen på Facebook men väl inför arbetskamraterna, handlar dock inte bara om intrycksstyrning från hennes sida. Arbetskamraterna får ju också ett ofördelaktigt intryck av henne vad gäller förmågan att köra bil. Det kan även betraktas som en medvetenhet om kollapsande kontexter på Facebook (Marwick & Boyd, 2014:1057). Dels kan informationen spridas utanför den ursprungliga kontexten genom att hennes få facebookvänner reagerar på inlägget, dels kan hon med ett facebookinlägg troligtvis inte förklara incidenten på ett sätt som ger henne kontroll jämfört med att berätta om händelsen ansikte mot ansikte. Ninas kollega Beatrice ser också en fara i att dela information på Facebook, då någon annan alltid kan plocka fram det man delat och

använda det mot en. Deltagarna är medvetna om att de digitala intrycken vi ger av oss själva är svårare att ändra efter att de publicerats, vilket kräver att vi tänker till innan publicering.

Den första delen kring diskussionen om vad som är privat och offentligt utgick uteslutande från avsändarens perspektiv. Senare kom diskussionen in på vad som uppfattas som jobbigt på Facebook. Detta gav oss insyn vad som kan vara privat utifrån mottagarens perspektiv, men också empiriska exempel på att personerna i ens nätverksoffentlighet utgör ens publik (Chambers, 2013:55ff). Deltagarna började prata om sin publik i termer som "folk som inte har spärrar" och "energitjuvar".

Tina berättar:

- Och dom som jag har ofta, har varit väldigt frispråkiga och sociala...eller, ja dom har haft ett behov av att berätta. Ja, dels hur dom mår och dels vad de gör.
- Och då är det liksom JÄTTELÅNGA inlägg och JÄTTEMÅNGA. Så. Ett alternativ är att plocka bort dom. Men då kanske man känner någonstans att det är lite taskigt. Men, jag vet inte. Kanske för att man inte skriver så mycket själv?

Beatrice flikar in:

- Eller är det att dom berättar väldigt mycket om sina åsikter, vad man har för politiska åsikter och så. Dagligen delar man bara massa såna.
- Jag orkar inte läsa det, för man delar inte samma uppfattning kanske. Man kan ju ändå vara kompis med dom. Man kan också ta bort dom ur flödet.

I citatet rör det sig inte om vänner, utan om bekanta, alltså personer utanför den närmaste kretsen som valts in i den egna personliga sfären (Chambers, 2013:49). Här är det tydligt att man inte är intresserad av att personer utanför den närmaste kretsen berättar privata saker i det offentliga. Vi ställde aldrig frågan vilka "de bekanta" är, men under intervjun var det tydligt att de inte menade sin man eller sina barn, sina bästa vänner eller vännerna runt intervjubordet. Empirin visar att personliga och offentliga kulturer in i varandra och personen tvingas ta ställning till hur hen ska hantera nätverksoffentligheten på Facebook (Chambers, 2013:54-57). Å ena sidan kan man använda inställningar för att kategorisera vänner för att skapa en semi-offentlighet, alltså till exempel välja vad man berättar - å andra sidan kan man välja vilka man är vän med. Detta framgår av citatet ovan och stärker boyds teori om

nätverksoffentligheter där personliga och offentliga kulturer kolliderar och där personerna i nätverket bildar en publik (ibid). Intervjudeltagarna har, i egenskap av publik till det som deras facebookvänner delar, börjat irritera sig dels på frekvensen på inläggen, dels på inläggens innehåll. Vi tolkar det som att inläggen har krockat med deltagarnas syn på vad som bör offentliggöras på Facebook - i det här fallet lämpar det sig alltså inte med för mycket detaljer, frispråkighet eller politiska åsikter (Chambers, 2013:84). Kategorisering av kontakter på Facebook framkommer lite tidigare i diskussionen som ett sätt att hantera nätverksoffentligheten. Då säger Tina följande:

– Ja, jag gjorde så som du visade mig, att jag kunde kategorisera vänner och så kunde man ta nån [ohörbart] och så behövde man inte få upp det i flödet hela tiden.

Beatrice var den i gruppen som var sist med att skapa konto på Facebook, och ännu senare med att lägga till sina vänner på arbetsplatsen. Hon tvingades in i Facebook eftersom det började påverka hennes barn negativt. Barnen, som hon berättar inte är så gamla, blev det "offentliga telefonnumret" man "ringde" för att få tala med henne:

Beatrice: – Liksom, mina barn hade Facebook. Men... när vi blev bjudna på fest så gick det via barnen. Det var då min gräns var nådd [skratt i bakgrunden]. Jag tyckte det var synd om dem.

Beatrice: – Och sen missade man ju lite, ändå, när man inte var med där.

I Beatrice fall är situationen som hon ställdes inför intressant. Här ser vi en kontextkollaps (Marwick & boyd, 2014:1064) som hon betraktar utifrån barnens perspektiv. Hon tvingas skapa ett konto på Facebook för att skydda barnen från vad hon anser är ett icke accepterat beteende hos familjens vänner som bjuder in familjen till fest via barnen. Sedan finner hon sig själv i en kontextkollaps då hennes barns vänner skickar vänförfrågningar till henne:

Beatrice: – Jag tyckte att det var mer svårt när jag började, skulle man vara vän med kompisarnas barn också? Om man skulle dra det så långt. Det kom ju vänförfrågningar från dem också, liksom. Tänkte, är det mitt flöde dom vill se, eller

vill de bli vän bara för att ha fler [vänner]? [...] Det är lite svårt var man ska dra gränsen.

Här kämpar Beatrice med en gränsdragning. Genom att inte automatiskt lägga till sina barns vänner som facebookvänner, vilket en del människor skulle göra utan eftertanke, visar Beatrice medvetenhet om att deras tillgång till hennes flöde kan leda till konsekvenser. Ju fler olika kontakter man har, desto fler kontexter blandas. Frågan är om man vill "dra det så långt". Beatrice ifrågasätter också varför barnens vänner vill bli hennes facebookvänner och misstänker att det bara rör sig om att visa upp fler kontakter, något som kan ses som statushöjande. Hennes anmärkning kan här analyseras som försiktig kritik av den intrycksstyrning (Goffman, 2009:97ff) människor sysslar med på Facebook.

Sammanfattningsvis kan vi säga att gruppen är överens om att man alltid är front stage när man publicerar och agerar på Facebook. Allt som publiceras på Facebook ses av gruppen som offentligt. Detta då man som privatperson saknar möjligheterna att fullt ut kontrollera hur informationen används, sprids och till vilken publik den når. Detta även om man är väldigt restriktiv med att välja vem och hur många personer man har som facebookvänner. Det som gruppen definierar som privat är de mjuka sakerna, alltså familjelivet, känslor och åsikter. De hårda sakerna som namn och adress klassades som mindre privat. Intervjudeltagarna undvek i mångt och mycket att vara för privata i sitt facebookflöde, likaså när det gäller att läsa privata inlägg av personer som man inte har väldigt nära relation med.

#### **4.1.2 Gruppens syn på och hantering av privat/offentligt i en arbetsplatskontext**

Vi ställer frågan om deltagarna i fokusgruppsintervjun är vänner på Facebook. De är ju arbetskamrater, men är de även facebookvänner?

Alla på samma gång: – Ja!... men det är Per...

Tina: – Men Per är ny.

Per: – Ja, jag har kommit in i vissa Facebookgränder, men inte alla. Men det finns egentligen inget större behov heller. Det är om man har grupper och så till luncher.

Kristin: – Luncher, ja precis.

Gruppen tyckte spontant inte att det var konstigt att de var vänner även på Facebook, detta poängterade de i kommentarer och genom att humma med. Men det visade sig senare att det inte riktigt var så enkelt. Återigen var det inte så tydligt var (eller när) gränsen skulle dras. Den personliga integriteten väger tungt och det gör att man är försiktig kring vem man lägger till i sitt nätverk. Genomtänkta strategier används.

Nina: – Jag var ganska sen med att bli medlem. Och jag var ganska sen med att ha mina arbetskamrater som vänner också. Faktiskt. Jag hade väldigt få vänner i början. Jag var väldigt restriktiv med det, faktiskt.

– Och det är jag fortfarande. Jag vill inte... jag vill som sagt inte sprida den informationen om mig själv. Så jag har kanske... vad har jag, 25 vänner totalt kanske? Nånting sånt.

Å andra sidan skulle det också kunna röra sig om rädslan för kontextkollaps, till exempel att familjemedlemmarna och vännerna på arbetsplatsen möts på Facebook i ett samtal. Det okontrollerade mötet mellan dessa två världar skulle kunna påverka hur personen kommer att upplevas av dessa två grupper. Men skulle då personen ens släppa in vissa vänner på arbetsplatsen? Kontexter går in i varandra, skapas, raderas och utökas (Marwick & Boyd 2014:1064). Det finns inga stabila gränser. Istället bygger det på tillit och gemensamma sociala normer om vad som är lämpligt beteende. Anledningen till detta är att sociala medier är ett nätverk där individer kan dela information om någon annan med en större grupp. De gemensamma normerna om vad man kan dela i en kontext, till exempel bland ens riktiga vänner, kan skilja sig från normerna i en arbetsplatskontext. När då flera kontexter möts, som på Facebook, finns risken att det som är privat i ett sammanhang men offentligt i ett annat, publiceras och blir synligt även för dem som inte bör se det. Det är här återigen tal om intrycksstyrning (Goffman, 2009:97ff). Om vi inte är "samma" personer inför våra vänner som inför våra kollegor blir det svårt att dela saker med dessa båda grupper. Det blir svårt att hålla isär det som är privat i en kontext men offentligt i en annan. Detta kan förklara varför man dröjer med att lägga till vännerna på arbetsplatsen på Facebook. Det blir då logiskt att Per inte är tillagd som facebookvän av de andra i gruppen, han är fortfarande ny på

arbetsplatsen och tillhör en annan kontext. De övriga hade väldigt starka band till varandra, de har jobbat tillsammans länge och umgicks som vänner utanför kontoret. De känner varandra väl.

Tina: – Som jag ser det, så är jag nog... eller, jag är vän med dem som är mina vänner på Facebook. Så. Sen har jag andra kollegor som jag inte är vän med... Alltså, så. Så det där, det är nog därför som vi... vi är rätt så... vi är ett rätt så sammansvetsat gäng. Och... ja, och känt varandra länge [massa skratt i bakgrunden]. Vi har känt varandra länge och och vi är liksom, ja...

Nina: – Långt innan Facebook.

Tina: – Ja, vi hittar på saker även privat ju, så att, ihopa. Som vänner. Så att det var egentligen inget konstigt så, men... kunde jag känna [gruppen hummar med].

Nina, som endast har 25 vänner på Facebook, inflikar:

– Jag har dragit gränsen vid min egen avdelning [på jobbet]. Inte alltså... när det gäller Facebook. Sen på Instagram är jag lite mer öppen.

I diskussionerna som utvecklas kort därefter framkommer det att det inte är självklart att man lägger till arbetskamrater som vänner. Det blir istället tydligare att det är vänner som man träffat på arbetsplatsen som man lägger till som facebookvänner.

Kristin: – Det är skillnad. Sen är de kanske inte för att de är arbetskamrater, men man har ju olika relationer till olika vänner. Kanske det inte spelar någon roll om de är arbetskamrater eller inte, men... [Tina hummar med]

Dajana: – Så det är relationen, hur stark relationen är som avgör? Och inte det formella? Huruvida man är kollegor, granne, kompis, utan hur starka banden är mellan en?

Kristin och Tina: – Mm, för min del är det så. – Jag känner så, ja.

Tina: – Det är det som är avgörande.

Per: – För mig med.

I citatet ovan framkommer att vi använder en ledande fråga. Detta krävdes i situationen för att deltagarna skulle utveckla sina svar [se s. 12 för fördjupad diskussion].

Användningen av Facebook som kanal för att publicera information i flödet, alltså självutlämningen, är begränsad i gruppen.

Tina: – Sen är där ingen av oss som lägger upp mycket känner jag [gruppen hummar med]. Vi är rätt så tråkiga [gruppen hummar med].

Beteendet att välja vad man berättar för vem kan vara en strategi för att hantera nätverksoffentligheten på Facebook. Detta är något som Marwick & Boyd har sett bland ungdomar, men där ungdomar istället använder tekniken till sin hjälp för att filtrera information till olika målgrupper (2014:1056). I fokusgruppens fall väljer man hellre att vara restriktiv med vad man publicerar online. Inte minst är exemplet med Ninas bilolycka ett starkt argument för att användarna har strategier för att hantera att personliga och privata kulturer möts i sociala medier, eller med andra ord att våra olika kontexter krockar. Nina valde att berätta historien på arbetsplatsen i förtroende, men inte på Facebook.

Vilka man lägger till som facebookvänner och därmed bjuder in till sin nätverksoffentlighet kan betraktas som ett sätt att reglera självutlämningen och intrycksstyrningen. I så fall är facebookvänskap ett tecken på att någon betraktar en som en person som man kan lita på vad gäller spridning av privat information. Lustigt nog var detta något som Per själv poängterade:

– Vissa betraktar det kanske som att man är vän på riktigt när man är vän på Facebook, jag vet inte... [Kristin hummar med]

Per hade en avvikande syn på vilka man lägger till som vän på Facebook och hur man använder verktyget. Han är mindre restriktiv vad gäller att lägga till personer på Facebook. För honom är verktyget främst en kommunikationskanal, som en modern telefon och telefonkatalog.

Per: – Du sa att du drog gränsen där vid din egen avdelning [syftar på Ninas tidigare uttalande]. Jag har inte dragit någon sådan gräns över huvud taget. Jag känner att om

jag vill prata med någon så gör jag det, även om jag träffat honom en gång eller känt han i flera år. Så det spelar ingen roll, men det kan nog göra!

Vår förståelse för varför Per har avvikande åsikt är att han använder verktyget på ett annat sätt. Likt ungdomarna i Marwick & boyds fall (2014:1056), använder Per tekniken för att hantera nätverksoffentligheten. Det var tydligt, i alla fall i Beatrice, Ninas och Tinas fall att man använder sig mycket av "facebookflödet", nyhetssidan, där Facebook visar upp vad andra skrivit på sina väggar. Per å andra sidan, kände sig färdig med nyhetssidan på grund av ointressant innehåll och offentliga inlägg från personer som inte är riktiga vänner. Han använde själv messengerfunktionen för att prata i grupper, exempelvis med andra arbetskamrater för att bestämma lunchträffar [se tidigare citat]. Han berättar:

– Det har hänt mycket på Facebook tycker jag. För i början så var det ju liksom väggen [ohörbart] skrev man ...så som det var i början, hur man mådde och vad man gjorde och så. Och nu är mitt flöde total katastrof skulle jag säga. Det är mest reklam. Och sen är det nån offerkofta och sen så är det några gamla släktingar som... äldre släktingar som lägger ut vad dom har gjort till middag. Ungefär. Och sen så... dom andra grejerna ligger i grupper eller såna här konversationsgrupper i Messenger typ. Så jag vet faktiskt inte... jag har nästan aldrig lagt ut nånting men det känns som det har nog ändrats mycket i flödet, vad man lägger i flödet. Tror jag. Där är inte så mycket längre tycker jag. Man delar sidor, reklam...

Kristin: – Ja, det är mycket man är med i såna utlottningar, haha.

Vi kom under diskussionen in på en tredje strategi varför man eventuellt skulle lägga till arbetskamrater på Facebook: att bjuda in arbetskamrater som facebookvänner för att stärka sina möjligheter till högre status eller karriär på arbetsplatsen. Stödger man exempelvis chefens inlägg, eller andra viktiga personers inlägg av strategiska skäl?

Per: – Men nej, jag har aldrig stödgyllat något som en kamrat lagt upp på Facebook, men däremot mycket arbetsrelaterade grejer som lagts ut på LinkedIn som jag stödgyllar.



Beatrice: – Jag tycker inte att det är någon betydelse om det är någon arbetskamrat, nära vän eller vad det är. För gillar jag inte det, så gillar jag inte det.

Tina: – Nej, precis.

Beatrice: – Så skulle jag inte trycka där på Facebook heller.

Tina: – Skulle inte stödgylla...

Beatrice: – Nej, då skulle man klicka ihjäl sig, och det tycker inte jag man ska göra.

Jag skulle inte vilja att någon annan gjorde det heller.

Kristin: – Nej, jag håller med.

Alla i gruppen var överens. Däremot berättar Per att han använder LinkedIn på detta vis.

– Nämen, jag jobbar nog lite med det ändå... fast jag jobbar med LinkedIn. Jag håller kvar kontakten, vissa kontakter yrkesmässigt. Då brukar jag gilla lite [grejer] som folk lägger ut, och som jag vet vissa folk skulle gilla.

– Nu är jag inte alls någon expert, men jag använder inte Facebook på det viset. Men där jag jobbade innan så var det en viktig grej i yrkesjobbet att man gjorde reklam för liksom, byrån, och för dem man arbetar med i branschen. Det var viktigt att göra det. Så det var mest det egentligen. Och ju mer aktiv man var, det var... en sak som påverkade lönen och påverkade yrkeskarriären. Så det var helt yrkesmässigt. Faktiskt. Skulle jag säga.

Gruppens berättelse stärker Marwick & boyds (2014:1064) teori om nätverksöfentligheter som bygger på tillit och gemensamma sociala normer om vad som är lämpligt beteende i sociala medier. Samtidigt motsäger det delvis deras teori om att det inte finns tydliga gränser mellan olika kontexter. Diskussionerna ovan synliggör att vår intervjugrupp visar förståelse för olika kontexter. I Pers fall är detta extra tydligt då han förklarar att han socialiserar på ett sätt på Facebook och på ett annat sätt på LinkedIn. Han skulle kunna "i tysthet" applicera strategin på Facebook som verkar fungera på LinkedIn, men väljer att inte blanda ihop dessa två kontexter - Facebook, det vänskapliga, och LinkedIn, det karriärmässiga.

## 5. Slutdiskussion

När det gäller vår första frågeställning, synen på privat och offentligt, visar intervjudeltagarna medvetenhet om att detta blandas på Facebook. Gruppen såg att allt som publiceras i sociala medier är offentligt, även om man endast har sin familj och sina närmaste vänner tillagda. Man är alltid på scenen, alltid front stage. Anledningen till detta är medvetenheten om att information kan spridas okontrollerat på Facebook. Det är alltså inte vad som sägs, utan i vilken kanal det sägs, som är avgörande. Gruppen var överens om att det är de mjuka värdena som är privata, alltså familjelivet, känslor och åsikter, saker som påverkar hur vi uppfattas av andra. De hårda värdena, som namn, gatuadress eller lön verkade inte vara lika privat. Det var accepterat att prata om privata saker bland sina vänner på arbetsplatsen, det sågs som att man befann sig back stage. Däremot hände det inte inom gruppen att man publicerade information av sådan karaktär på Facebook. Ett tydligt exempel på detta var Ninas olyckshändelse där hon körde på en stolpe med sin bil. Hon använder sig av intrycksstyrning genom att dela med sig av olyckan runt fikabordet men inte på Facebook, trots att hon är den som är mest restriktiv med vilka hon har som facebookvänner. Fikabordet är för henne back stage, där tillit och kontroll över informationen och intrycken, dominerar. Facebook är front stage och där har hon, enligt egen upplevelse, inte samma kontroll (Goffman, 2009:97-102, Chambers, 2013:78).

Vad som var privat kunde vi också se i aspekten "störningsmoment" på Facebook. Att personer som inte tillhörde den nära vänskretsen delgav för mycket av de mjuka värdena var något som störde intervjudeltagarna. Man ville inte ha för mycket privat information om andra som inte ingick i familjen eller som var nära vänner. boyds nätverksoffentlighet, där privata och offentliga kulturer möts, är något som visar sig i deltagarnas beskrivning av vad som utgör störningsmoment (Chambers 2013:54-57). Det görs med hjälp av två strategier: 1) man väljer vilka man blir vän med och 2) man kategoriserar vänner med hjälp av tekniken, till exempel genom att styra vem som ser specifika inlägg i nyhetsflödet och vems inlägg man själv ser, samt genom att flytta diskussioner till Messenger.

"Jag har kommit in i vissa facebookgränder, men inte alla" lyder uppsatsens titel. Det är också en tolkning av resultatet av vår andra forskningsfråga, det vill säga att det inte var en självklarhet att lägga till arbetskamrater som vänner. För att bli tillagd som vän krävdes av de flesta i gruppen att man var nära vän, alltså att man hade byggt upp en viss nivå av tillit och

lärt känna varandras sociala normer. På så sätt undvek man kontextkollaps. Men genom att lägga till vänner från arbetsplatsen på Facebook visade man också på ett känslomässigt närmande – jag litar på dig, jag ser dig som vän (Marwick & boyd 2014:47). Per var den enda i gruppen som använde Facebook som ett allmänt kommunikationsverktyg, som en telefon för att ringa, prata och skriva, och som en telefonkatalog för att ha kontaktuppgifter sparade. Han tyckte att nyhetsflödet inte hade mycket till värde då hans vänner har slutat att lägga ut privata saker i flödet. Hans nyhetsflöde var "total katastrof" med reklam och "offerkofter" och vad äldre släktingar äter till middag. Istället använde han sig mycket av messengerfunktionen.

Facebook användes inte strategiskt som karriärbyggande verktyg eller för att höja sin status på arbetsplatsen. Man stödgillade inte chefernas eller nyckelpersonernas statusinlägg på Facebook. Däremot gjorde Per det på LinkedIn. Här uttrycktes medvetenheten om skillnaden i kontext och i sociala normer som existerar mellan Facebook och LinkedIn.

Generellt kan sägas att det inte är raka gränsdragningar i frågorna för någon i gruppen, ett resultat som återfinns i tidigare forskning (Chambers, 2013:52ff). Den svåra gränsdragningen framkommer både uttryckligen i diskussionerna där man betonade detta, och indirekt när vi tolkade gruppens diskussion. Gruppen hade inte färdiga, på förhand genomtänkta, svar på våra frågor, som man kanske kan ha på andra frågor om beteende. Detta visar på att det inte är enkelt att prata om vad som är privat och offentligt i sociala medier.

Ett förslag på framtida forskning skulle kunna vara att vidare utforska skillnader mellan kontexterna på Facebook och LinkedIn och de olika sociala normer som råder i dessa kanaler och som intervjudeltagaren Per har identifierat. I vår empiri fann vi att det var ett accepterat beteende hos Per att stödgilla inlägg på LinkedIn med avsikt att göra reklam för sin arbetsplats och för intressenter, men också för att stärka sin status och öka sina chanser för en framgångsrik karriär. Denna strategi kunde i tysthet ha flyttats över till Facebook för att stärka sina band med vännerna på arbetsplatsen och öka sitt sociala kapital, men det gjordes inte. Kan det ha att göra med att det är de sociala normerna som styr, eller är det för att publiken genomskådar skådespelaren på Facebook, vilket gör att strategin i praktiken inte fungerar?

Något annat som vore spännande att fördjupa sig i är att undersöka om synen på privat och offentligt eller front stage och back stage i en arbetsplatskontext, också skiljer sig från avdelning till avdelning på arbetsplatser, samt mellan olika arbetsplatser. För att

åstadkomma detta hade vi behövt göra många fokusgruppsintervjuer. För att stärka empirin ytterligare ser vi en vinst i att genomföra en netnografisk studie, det vill säga att observera och analysera hur deltagare använder exempelvis Facebook rent konkret i sin vardag.

Den skillnad som deltagarna betonar mellan vänner på arbetsplatsen och vänner även utanför densamma, är också väldigt intresseväckande. Här skulle fokusgruppsintervjuer som utgår från Chambers diskussion om valda intimiteter (elective intimacies kunna ta oss ett steg närmare att bättre förstå synen på vänskap i dag och hur det manifesterar sig i sociala medier. Synen på vänskap i dag - en självvald, nära relation som grundar sig på ömsesidig självutlämning, beror på demokratiseringen av relationer, hävdar flera forskare exempelvis sociologen Lynn Jamieson (Chambers, 2013:46-49). Vi ser drag av detta i de svar som intervjudeltagarna lämnat på frågan om arbetskollegor som facebookvänner och tror att det kan vara särskilt tänkvärt att undersöka hur valda intimiteter hänger ihop med de många "vänner" vi har i våra sociala medier.

## Källförteckning

- Chambers, Deborah (2013). *Social media and personal relationships. Online intimacies and networked friendships*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave MacMillan
- Davidsson, Pamela och Thoresson, Anders (2017). *Svenskarna och internet 2017, undersökning om svenskarnas internetvanor*. 1. uppl. Internetstiftelsen i Sverige
- Ehn, Billy och Löfgren, Orvar (2012). *Kulturanalytiska verktyg*. Malmö: Gleerups
- Ekström, Mats & Larsson, Lars-Åke (2010) "Inledning" i Ekström, Mats & Larsson, Lars-Åke (Red.) (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.
- Ekström, Mats (2010). "Etnografiska observationer" i Ekström, Mats & Larsson, Lars-Åke (Red.) (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur
- Europeiska kommissionen (2018). GDPR - nya dataskyddsregler i hela EU. *Europeiska kommissionen*. 20 april. [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu) (Hämtad 2018-06-06).
- Goffman, Erving (2009). *Jaget och maskerna - en studie i vardagslivets dramatik*. Stockholm: Norstedts
- Hammarlin, Mia-Marie och Miegel, Fredrik (2017), Digital (o)moral. I Tobias Olsson (red.). *Sociala medier - vetenskapliga perspektiv*. Falkenberg: Gleerup
- Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Larsson, Larsåke (2010). "Intervjuer" i Ekström, Mats & Larsson, Lars-Åke (Red.) (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur
- Marwick, Alice & boyd, dana (2014). "Networked privacy. How teenagers negotiate context in social media". *New Media and Society*, 16 (7)
- Olsson, Tobias (2008). *Medievardagen - en introduktion till kvalitativa mediastudier*. Malmö: Gleerup
- Schori, Martin (2018). Skandalen kring Cambridge Analytica – på 2 minuter. *Aftonbladet*. 22 mars. [www.aftonbladet.se](http://www.aftonbladet.se) (Hämtad 2018-06-06).
- Wibeck, Victoria (2000). *Fokusgrupper. Om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Studentlitteratur: Lund

## **Bilaga #1 – Intervjuguide**

Understruket = nyckelfrågor

### **Intro**

Presentera er själva och arbetsplatsen kortfattat

### **Tema 1 – Privat och offentligt**

Vad är privat respektive inte privat för er?

Varför tänker ni så? Har ni alltid resonerat på det viset?

Beskriv ett tillfälle när ni länge funderade om ni skulle lägga ut något eller ej på Facebook.

Hur tänker ni vad gäller det som är privat på Facebook?

Har ni alltid haft samma syn på vad som är privat på just Facebook?

### **Tema 2 – Privat och offentligt i en arbetsplatskontext**

Är ni vänner med varandra på Facebook?

Hur tänker ni kring att ha sina arbetskamrater som facebookvänner?

Finns det något ni delar med vänner men inte med arbetskamrater?

Om ja, varför gör ni skillnad på vad ni delar med respektive grupp?

Vad kan det finnas för problem, om några, med att ha en arbetskamrat som facebookvän?

### **Avslutning**

Är det något ni vill tillägga?

## Bilaga #2 – Kodningschema

(exempel)

Vårt kodningschema är en egen lösning efter att ha inspirerats av litteraturen och sett olika varianter på scheman.

Här ser vi ett utdrag av ett citat som vi använde oss av i uppsatsen.

Vi lade ut hela transkriberingen i ett excel-blad (fliken:citat) och gick igenom citat för citat, diskussion för diskussion. Citaten och diskussionen kodades genom att taggas med ett x vid relevanta teman. Man skulle kunna byta ut x:et mot siffror för att värdera styrkan eller värdet för ett citat, det var dock inget vi hade ett behov av. Vi använde färgkodning för att lyfta fram de citat och diskussioner vi ville ta med i uppsatsen. Efter kodningen kunde vi dölja icke relevanta citat och diskussioner genom excels inbyggda funktion. Vid behov kunde vi ta fram dem igen genom ett enkelt knapptryck för att få en överblick över diskussionen. Vi använde oss också av sorteringsfunktionen "A till Ö" för att kunna sortera bland olika teman.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	Tema 1: Privat och offentligt	1:1 Facebooks användning förändrad	1:2 Negativt med Facebook	1:3 Vad man stör sig på hos andra	1:4 Medvetenheten kring informationens spridning	1:5 Kontextkollaps	Tema 2: Privat & offentligt i en arbetsplatskontext	2:1 Strategisk användning av Facebook	Annat	Litteratur	Kommentar	Citat
9	x		x			x				Kontextkollaps (Carry time and space). Front stage Goffman (2009: 97-102)	Priv/off kan påverka ens relationer om informationen sprids vid fel tidpunkt. Man är alltid front stage. Kontextkollaps.	Kristin: Absolut. Per: A...det är svårt det där men...själv är jag inte så...jag är inte så privat av mig men man har ju lärt sig att man ska vara noggrann med vad man skriver och vad man tycker och så där. Jag har varit med om folk som har skrivit "Grattis till att ni fått barn" och så när de knappt har presenterat för sina föräldrar och så vidare...så man får vara noggrann med vad man skriver och säger, det är kanske inte bara i ens egna intressen utan i andras intressen också.
10												
11												Kristin: Ja, att man kan stå för det själv. Det man observerar
12												