



LUNDS
UNIVERSITET

Facebook som bostadsplattform

Studenters strategiska användning av Facebooks
affordances

Lunds Universitet

Institutionen för Kommunikation och Medier

Medie- och kommunikationsvetenskap

Författare: Celine Larsson Stenman och Gustav Magnusson

Handledare: Martin Lundqvist

Examinator: Fredrika Thelandersson

Abstract

This thesis examines how students at Lund university use Facebook as a platform for housing contracts. It explores how the affordances of Facebook facilitate or hinder the process for both students and landlords, and how they use these affordances to select accommodations and tenants. The study identifies successful strategies in leveraging Facebook's affordances to secure favorable housing contracts, particularly focusing on how users navigate these affordances for effective communication and housing search. The thesis mainly consists of interviews. The thesis shows that the students at Lund university view Facebook as one of the best platforms for housing contracts, as its group features allows users to connect with landlords in an effective way. Furthermore, Facebook's affordances make it easy for the tenants to determine if the landlords are legitimate due to the ability to easily examine their digital footprint. However, some ethical issues may occur as Facebook for housing is growing in popularity, as there may be some people without much knowledge of Facebook, or without a digital footprint, that are unfavoured on the housing market. This is an example of the theory of digital divide.

Key words: Facebook, student housing, Facebook Groups, Affordances, Digital footprint

Sammanfattning

Denna uppsats undersöker hur studenter vid Lunds universitet använder Facebook som en plattform för bostadskontrakt. Den undersöker hur Facebooks affordances underlättar eller hindrar processen för både studenter och hyresvärdar, och hur de använder dessa möjligheter för att välja boende och hyresgäster. Studien identifierar framgångsrika strategier för att utnyttja Facebooks affordances för att säkra bostadskontrakt, med särskilt fokus på hur användare navigerar dessa affordances för effektiv kommunikation och bostadssökning. Uppsatsen består huvudsakligen av intervjuer. Uppsatsen visar att studenterna vid Lunds universitet ser Facebook som en av de bästa plattformarna för bostadskontrakt, eftersom dess gruppfunktioner gör det möjligt för användare att få kontakt med hyresvärdar på ett effektivt sätt. Dessutom gör Facebooks affordances det enkelt för hyresgästerna att avgöra om hyresvärdarna är legitima på grund av affordances som möjliggör granskning av deras digitala fotavtryck. Vissa etiska problem kan dock uppstå när Facebook som bostadsplattform växer i

popularitet, eftersom det kan finnas vissa personer utan kunskap om Facebook, eller utan ett digitalt fotavtryck, som missgynnas på bostadsmarknaden. Detta är ett exempel på teorin om den digitala klyftan.

Nyckelord: Facebook, studentbostäder, Facebook Groups, Affordances, Digital footprint

Innehåll

1. Introduktion	4
1.1 Inledning	4
1.2 Syfte och frågeställning	4
1.3 Bakgrund	5
1.3.1 Facebook	5
1.3.2 Bostadsförmedling via sociala medier	6
1.4 Uppsatsens disposition	6
2. Teori	7
2.1 Goffman - självframställning	7
2.2 Context collapse	8
2.3 Digitala klyftan	9
2.4 Digitala fotavtryck	9
2.5 Affordances	10
2.6 Sammanfattning	11
3. Metod	12
3.1 Kvalitativa intervjuer	12
3.1.1 Semistrukturerad intervju	13
3.1.2 Urval	13
3.2 Tidigare forskning	14
4. Analys	14
4.1 Affordances på Facebook	14
4.2 Självframställning enligt Goffman	16
5. Diskussion	17
5.1 Framtida forskning	19
6. Käll-/referensförteckning	20
Bilaga 1: Intervjumall	22
Bilaga 2: Intervjuförteckning	24

1. Introduktion

1.1 Inledning

Vi kommer undersöka hur studenter vid Lunds universitet använder Facebook som bostadsplattform. Studenter möter ofta en uppsjö av utmaningar när det gäller att säkra en bostad inför terminsstart. Trots att etablerade bostadsföretag länge varit de primära aktörerna på marknaden har plattformiseringens framväxt introducerat nya vägar för bostadssökande, speciellt för studenter då stressen inför en skolstart kan vara påtaglig, särskilt när det kommer till att hinna hitta boende mellan antagningsbeskedet och upprop i klassrummet. Enligt undersökningen Unga vuxnas boende 2023, genomförd av Hyresgästföreningen, uppger 76% av dem som fortfarande bor hemma hos sina föräldrar att de önskar bo på ett annat sätt (Hyresgästföreningen, 2023). Det innebär att 8000 personer i åldrarna 20-27 år i Malmö och Lund är ofrivilligt hemmaboende (Hyresgästföreningen, 2023).

För att få tillgång till en bostad via etablerade bostadsföretag krävs vanligtvis höga köpoäng för att ens ha möjligheten att konkurrera om ett hyresavtal. Då har sociala medier blivit en effektiv och enkel metod för att hitta bostäder. Utmaningen att hitta bostäder som student har resulterat i skapandet av stora Facebookgrupper för att ge en gemensam plattform där alla kan samlas och förhoppningsvis lösa det gemensamma problemet tillsammans. Att använda Facebook tillåter mer informell och direkt interaktion mellan en hyresvärd och hyresgäst. Det möjliggör diskriminering och bristande reglering jämfört med etablerade bostadsföretag, som ofta har striktare riktlinjer och kösystem.

Affordances är de funktioner och verktyg en plattform tillhandahåller för att användarna ska förstå hur de ska interagera med plattformens innehåll och andra användare (Lindgren, 2021:9). Några av Facebooks affordances är exempelvis möjligheten att gilla, dela och kommentera inlägg och bilder. Dessa affordances hjälper plattformen att vara så användarvänlig som möjligt och underlättar kommunikationen mellan användare.

1.2 Syfte och frågeställning

Uppsatsens syfte är att utforska hur Facebook-grupper underlättar eller försvårar för bostadssökande studenter vid Lunds universitet. Hur använder studenter Facebooks

affordances för att framgångsrikt hitta bostäder och vad upplever bostadssökande studenter som en framgångsrik strategi i kommunikationen på plattformen? Är det möjligt att identifiera en effektiv strategi för att navigera kommunikationen på Facebook så pass att det i sin tur underlättar processen att säkra ett gynnsamt bostadskontrakt som student?

Anledningen till att undersöka Facebooks affordances är för att Facebook har blivit en plattform dit många vänder sig till för att hitta bostadskontrakt. Det har blivit en populär och primär plats där individer kan dra nytta av dess funktioner för att effektivt skapa en gynnsam framställning av sig själva i samband med bostadsletande.

Våra frågeställningar är:

- Hur navigerar användaren Facebooks affordances i ett framgångsrikt bostadssökande?
 - Vad upplever användare är en framgångsrik strategi?

1.3 Bakgrund

1.3.1 Facebook

Facebook spelar en stor roll i människors liv, såväl privat som professionellt (Buscher, 2021:6). Mark Zuckerberg är grundare och VD sedan starten. Det sägs att Zuckerberg hade varit på en dålig dejt år 2003 och den dåliga dejten resulterade i att han och vännerna på Harvard bestämde sig för att skapa en "hot or not"- sida kallad FaceMash. På denna sida kunde Harvardstudenter jämföra och betygsätta kvinnliga klasskamrater baserat på hur attraktiva de var (Buscher, 2021:7). I filmen "The Social Network" (Fincher, 2010) får vi se att idén till Facebook kom efter webbplatsen FaceMash och 2004 grundades Facebook av Mark Zuckerberg tillsammans med några vänner från college. Det började som en social plattform för Harvardstudenter, men spred sig snabbt till andra universitet. Zuckerberg hade från början en vision om att skapa en plattform där människor kunde ansluta och dela information på ett sätt som aldrig varit möjligt tidigare. När Facebook lanserades fanns det vissa påståenden om att Mark Zuckerberg tog inspiration och använde andra studenters idéer för att skapa plattformen. Dessa studenter hävdade att Zuckerberg tog deras ide och skapade sin egen plattform, vilket resulterade i en rättslig tvist som senare löstes med en ekonomisk uppgörelse (Fincher, 2010) och (Buscher, 2021). Sedan dess har plattformen Facebook utvecklats med nya funktioner för att förbättra användarupplevelsen. Några exempel är

nyhetsflödet, möjligheten att publicera bild och video samt sidor för organisationer och företag. 2022 hade Facebook över 3 miljarder månatligt aktiva användare runt om i världen (Ruby, 2022).

Facebook har stött på kritik och i en tidigare studie av Fox och Moreland (2015), där potentiella nackdelar med Facebook diskuteras. Studien identifierar en negativ aspekt, där användare upplever minskad självkänsla och social jämförelse. Vidare kan man se en tendens att användare jämför sina liv med andra baserat på hur de visar upp sig online (Fox och Moreland, 2015). Detta kan leda till psykologisk stress och en känsla av otillräcklighet när man jämför sitt eget liv med andras till synes idealiserade liv på plattformen.

Idag har Facebook förvärvat flera andra företag och plattformar för att utöka sitt utbud och teknologier. Några av de mest framstående förvärvarna inkluderar Instagram och Whatsapp.

1.3.2 Bostadsförmedling via sociala medier

Studenter är en samhällsgrupp som är känd för att ha svaga ekonomiska resurser. En svensk student har ungefär 12 000 kr att leva på varje månad med studiemedel från CSN (2023). Detta ska täcka alla levnadskostnader, inklusive boende. Studenter som har tillräckligt många köpoäng kan ingå förstahandskontrakt med etablerade fastighetsägare som exempelvis AF Bostäder. Har en student inte tillräckligt med köpoäng, kan denne hyra en bostad i andra hand (AF Bostäder, 2023). Det är vanligt att teckna dessa andrahandskontrakt via facebookgrupper.

Bostadsförmedling via facebookgrupper är ett relativt nytt, utforskat fenomen. Vi vill lära oss mer om hur studenter navigerar Facebooks affordances för att få tag i bostadskontrakt, hur de framställer sig själva, hur de ser på utvecklingen och om de upplever att det faktum att just Facebook som bostadsplattform är till någon viss parts fördel.

1.4 Uppsatsens disposition

Uppsatsen består av en teoretisk bakgrund där vi redogör för de teoretiska perspektiv vi utgår från. Därefter följer metoden, vilken huvudsakligen är intervjuer. Efter det kommer vår analys som är uppdelad i olika teorier. Analysen följs av en diskussion.

2. Teori och tidigare forskning

För att undersöka vår frågeställning har vi valt att applicera Erving Goffmans teorier om självrepresentation (2020). Vi kommer ge en beskrivning om varför det är relevant att kombinera dessa teorier med Facebooks affordances. Vi kommer vidare i teoriavsnittet behandla begreppet context collapse och utmaningen av att anpassa innehåll till en bred publik. Vi har valt att slå ihop tidigare forskning med teoriavsnittet.

2.1 Goffman - självframställning

När vi diskuterar användningen av Facebook affordances i relation till Goffmans teorier om självframställning är det viktigt att förstå hur användare aktivt formar sina identiteter och skapar olika versioner av sig själva online. Användare ges möjligheten att forma sin identitet online genom sina profiler, statusuppdateringar, bilder och andra affordances för att förmedla de aspekter av livet användaren väljer att dela med sig av. Goffman betonar att när människor interagerar med varandra, strävar de vanligtvis efter att hämta information om en individ, det handlar om att förstå personens kompetens, tillförlitlighet och andra relevanta egenskaper (Goffman, 2020:49).

Goffmans teori om självframställning är relevant för oss när vi kombinerar teorierna med Facebooks affordances eftersom det blir tydligt att användarna aktivt arbetar med sin självrepresentation för att skapa en önskad bild av sig själva med hjälp av Facebook affordances. Detta kan innebära att välja specifika bilder att lägga upp, redigera texter eller välja vilka händelser och inlägg som ska synas för andra användare. Goffman diskuterar även motstridiga roller och ett grundläggande problem som individer ofta står inför - nämligen kontrollen över den information som presenteras i ett framträdande. Han menar att det är viktigt att förhindra att publiken får tillgång till information som negativt kan påverka den bild som formuleras framför dem (Goffman, 2020:209).

På Facebook kan det vara utmanande att kontrollera spridningen av information som inte stämmer överens med den önskade självrepresentationen, delvis på grund av Facebooks affordances. Till exempel kan vänner tagga dig eller nämna dig i inlägg, vilket kan resultera i att oönskad information syns i din profil. Detta kan vara problematiskt när exempelvis hyresvärdar granskar din profil för att få en bild av dig. Affordances såsom att bli taggad eller

nämnd i ett inlägg kan potentiellt underminera den önskade självrepresentationen och skapa missförstånd vid bedömning av din karaktär som hyresgäst.

2.2 Context collapse och filtrering

Context collapse innebär att olika delar av ens liv och olika grupper av människor, som tidigare varit åtskilda, blandas ihop på samma plats eller i samma situation (Kini, Pathak-Shelat och Jain, 2022). Detta gör det utmanande att anpassa hur man presenterar sig själv eftersom olika aspekter av ens liv och olika människor möts på plattformar såsom Facebook. Detta kan resultera i en mer generell kommunikation för att passa olika typer av människor, då plattformen har en bred och mångfaldig publik. Denna effekt av context collapse kallas för filtrering (Kini, Pathak-Shelat och Jain, 2022). Filtrering kan innebära många saker, framförallt handlar det om att man förändrar något visuellt. Exempelvis erbjuder Instagram filter för bilder som förändrar humöret i en bild. Men filtrering är större än så och handlar också om hur en person framställer sig på sociala medier i stort.

Filtrering på Facebook blir förstärkt på grund av dess affordances. Till att börja med spelar Facebooks policy kring riktiga namn en roll, menar Kini, Pathak-Shelat och Jain (2022). Det gör att alla inlägg kopplas till ens verkliga identitet. Vidare är det vanligt att man på Facebook samlar på sig kontakter från olika delar av livet som stannar kvar under en lång tid. Exempelvis kan användare lägga till en kontakt under gymnasietiden, och ha kvar den som 28-åring (Kini, Pathak-Shelat och Jain, 2022). Timelinefunktionen uppmanar därmed användare att bygga ett narrativ som inte är alltför disruptivt eller sensationslystet eftersom det ska passa in i flera olika kontexter. Detta är alltså ett exempel på hur filtrering kan se ut.

Eftersom man med tiden samlar på sig olika kontexter bland sina kontakter på ett socialt medium, kan filtrering spela en större och större roll i den mån att användaren inte vill vara disruptiv.

Kini, Pathak-Shelat och Jain (2022) ser på filtrering som en affordance. Vi kommer undersöka vilken roll filtrering spelar i studenters strategiska användning av Facebooks affordances.

2.3 Digitala klyftan

Digitala klyftan, eller digital divide, innebär att människor med olika tekniska färdigheter och förutsättningar splittras. Medieteknologi gör att människor kan koppla upp sig och kommunicera med varandra över stora avstånd (Lindgren, 2021). Detta kan öppna upp för mer deltagande och inkludering inom samhället. Men det kan också skapa klyftor mellan människor eller samhälle som har tillgång till digital teknik och de som saknar eller har begränsad tillgång (Lindgren, 2021:kap. 8). Det kan handla om tillgång till internet, datorer, smartphones eller förmågan att använda digitala resurser på ett meningsfullt sätt. Denna digitala klyfta mellan människor kan resultera i ojämlikheter i tillgång till information, utbildning, arbetsmöjligheter och annat samhällsdeltagande. En digital klyfta kan bero på en rad olika faktorer, exempelvis huruvida du är bosatt på en glesbebyggd ort där bredbandsnätet inte är lika välutbyggt som i en större stad, eller så kanske din ekonomi inte tillåter den senaste tekniken. I vår studie kommer vi konkretisera digital divide, genom hur det kan vara ett problem på bostadsmarknaden.

2.4 Digitala fotavtryck

Bakgrundskontroller har länge varit en del av vissa rekryteringsprocesser. Med sociala mediers växande popularitet har bakgrundskontroller fått en ny dimension. Numera ingår ibland en kontroll av kandidaters sociala medier i rekryteringsprocesser, vilket har gjort HR-arbetet mer komplext (Boudlaie, Nargesian och Nik, 2019). Företag lägger nuförtiden upp platsannonser på sociala medier. Dels för att få fler sökande, dels för att ta del av sökandens så kallade digitala fotavtryck. Det digitala fotavtrycket kan ge insikter kring en kandidats personlighet, kompetenser med mera (Boudlaie, Nargesian och Nik, 2019). Digitala fotavtryck ser olika ut på olika sociala medier eftersom de har olika affordances. Exempelvis har Instagram-profiler ingen funktion för att visa arbetsgivare eller lärosäte (om man bortser från biografien på en profil), medan detta är en affordance som Facebook har haft sedan dag ett.

Möjligheten att granska digitala fotavtryck kan vara en effektiv affordance av Facebook för att filtrera ut de bästa kandidaterna för ett jobb. Men det finns också etiska svårigheter med metoden. Människor använder sociala medier för att dela olika delar av sina liv, vissa mer intima än andra. En användare kanske inte postar någonting alls på sociala medier, medan en

annan berättar om allt som händer i sitt liv. Om du inte är tillräckligt aktiv på sociala medier, kanske du går miste om en jobb möjlighet – trots att du är bäst lämpad. Man kan också ifrågasätta med vilken rätt en arbetsgivare tar del av jobbkandidaters privata vardagsliv.

När bostadsförmedling sker via sociala medier är det ett rimligt antagande att aktörer använder sociala medier på liknande sätt. Exempelvis kan en hyresgäst bli granskad av en hyresvärd för att se ifall denne har den sysselsättningen hen har uppgett, eller helt enkelt om det verkar vara en person man kan lita på. I studien kommer vi undersöka hur studenter ser på och anpassar sig till den här dimensionen av Facebook som bostadsplattform.

Användare måste navigera genom frågor om integritet och förtroende när de engagerar sig på sociala medier. Tidigare forskning har rapporterat spänningar mellan önskad uppmärksamhet och integritet. Det har exempelvis funnits bekymmer bland användare att information de postar online ska spridas okontrollerat (Shane-Simpson et al., 2018). Det finns upplevda brister i integriteten på Facebook. En sådan brist är att Facebook möjliggör enkel delning och återspelbarhet av innehåll vilket leder till att användare upplever att de inte kan dölja saker från sitt befintliga Facebook-nätverk (Fox och Moreland, 2015). Facebook har dock affordances som låter användare styra vilka inlägg och vilken information som visas till vem. Detta är relevant för vår studie eftersom många bostadssökande aktivt använder sin Facebook för att dela sina liv och intressen.

Genom att granska en potentiell hyresgästs Facebook-profil kan hyresvärdar få insikter om personer som söker bostad, beteenden och livsstil. Affordances på Facebook, som reaktioner, kommentarer och delningar möjliggör skapandet av ett digitalt avtryck som kan ge en inblick i en persons personlighet och hur lämplig den är som hyresgäst.

2.5 Affordances

Teorin om affordances innebär att teknologier och miljöer erbjuder möjligheter till vissa handlingar och möjligheter som finns där men inte behöver användas. Ett exempel som kan användas för att förstå begreppet affordances är från Simon Lindgren (2021:9). Lindgren beskriver det som att en stol erbjuder möjligheten att sitta om man väljer att använda stolen för att sitta ner. Ett annat exempel är att X (tidigare Twitter) låter användare skriva 240 tecken i ett inlägg. Facebook har många affordances, däribland möjligheten att posta bilder och

inlägg, kommentera och gilla inlägg samt många andra möjligheter att interagera med andra användare på plattformen.

Studenter har olika förhållningssätt till användning av sociala medier och olika förhållningssätt till olika plattformar (Boczkowski, 2018:246). Sociala mediernas affordances varierar när det kommer till föredragna medietyper (Shane-Simpson et al., 2018). Twitter fokuserar på en mer textbaserad informationsdelning, Instagram på visuell bilddelning och Facebook som erbjuder en bredare uppsättning affordances med både textbaserade inlägg och bilddelning (Shane-Simpson et al., 2018). Dessa mönster visar inte bara hur en användare använder enskilda plattformar utan också hur samspelet mellan flera plattformar och användarna formar en digital identitet. Det finns indikationer som tyder på att användarna anpassar sin användning baserat på plattformens karaktär (Boczkowski, 2018:248). Till exempel kan Snapchat användas som en mer avslappnad och rolig plattform för att dela snabba ögonblick med nära och kära, på grund av dess olika affordances kring ansiktsfilter och dess temporära karaktär där meddelanden försvinner när de öppnas. Samtidigt kan Instagram ses som mer seriöst och innehålla mer planerat innehåll. Detta är relevant för vår studie eftersom det är viktigt att förstå vilka plattformar som är effektiva för att lägga ut en bostadsannons på.

Forskning visar att användandet av en plattform inte är isolerad. Snarare är användning av sociala medier sammanflätat med användningen av andra plattformar (Boczkowski, 2018:255). I vår studie vill vi se ifall vi kan hitta sådana tendenser. Exempelvis vet vi att studenter lägger ut annonser om bostäder i facebookgrupper, det vore intressant att veta hur de ser på möjligheten att sprida annonsen på andra sociala medier. Det är inte enbart plattformens affordances som styr användarupplevelsen utan även användarnas gemensamma normer och sociala förväntningar på plattformen (Boczkowski, 2018:255). Att lägga ut en bostadsannons i en bostadsgrupp på Facebook är mer socialt accepterat än att exempelvis lägga upp en bostadsannons på sin tinderprofil. Detta exempel visar tydligt hur kulturer och normer skiljer sig mellan plattformar.

Användare formar sina uppfattningar om vad som är accepterad kommunikation på en viss plattform. Användarna skapar medvetet eller omedvetet sitt innehåll till plattformen beroende på sociala normer (Boczkowski, 2018:254).

2.6 Sammanfattning

Sammanfattningsvis kommer vi ha användning för Goffmans teorier kring självrepresentation när vi analyserar respondenternas svar. Det finns en teoretisk grund för att Facebookanvändare kontrollerar sitt digitala fotavtryck, vilket är relevant för vår analys. Utmaningarna med context collapse när olika sammanhang möts på Facebook kommer också att vara relevanta.

3. Metod

3.1 Kvalitativa intervjuer

Kvalitativa intervjuer är en populär och flexibel metod inom såväl medie- och kommunikationsvetenskapen som samhällsvetenskapen i övrigt (Ekström och Johansson, 2019:102-120). Vi har fått fördjupade insikter kring bostadsförmedling via Facebook genom att intervjua bostadssökande som vi hittat genom att bläddra bland inlägg på Facebook. Vi har ställt frågor om hur studenterna ställer sig till olika aspekter av bostadsmarknaden. Denna metodologiska ansats har möjliggjort en jämförande analys av olika erfarenheter och perspektiv som kan förklara processen att teckna bostadskontrakt via Facebook.

Ekström och Johansson (2019) betonar att kvalitativa intervjuer som görs i forskningssyfte skiljer sig från journalistiska intervjuer. Exempelvis har politiker en skyldighet att svara på frågor då det ingår i deras jobb, det har dock inte våra respondenter. Vi har därför varit noggranna med våra frågeformuleringar och tänkt på att vi inte kan kräva svar.

Vi har totalt genomfört fyra intervjuer med studenter vid Lunds universitet, varav två skedde fysiskt och två skedde via Zoom (se bilaga 2). De fysiska intervjuerna har gett oss möjligheten att observera faktorer som gester och ansiktsuttryck vilket är fördelaktigt i kvalitativa intervjuer för att få fram ett så utförligt resultat av intervjun som möjligt (Patten och Newhart, 2018:kap. 6). Anledningen till att vi inte har haft endast fysiska intervjuer är att respondenterna hade åkt till sina hemstäder utanför Lund för julen. De individer som vi inte haft möjlighet att träffa personligen har vi istället valt att intervjua genom synkroniserade medierade intervjuer (Tracy, 2019). Genom synkroniserade medierade intervjuer möts

samtliga deltagare på en gemensam plattform, i vårt fall Zoom, vilket återspeglar samma interaktionsnivå som ansikte mot ansikte (Tracy, 2019:kap. 8). Denna metod erbjuder liknande fördelar som personligt möte, dock med ökad tillgänglighet och flexibilitet för att koordinera intervjuerna. Trots detta har vi konsekvent valt att spela in våra intervjuer via Zoom. Att spela in intervjuerna med deltagarnas samtycke har möjliggjort en djupare fokusering på det verbala innehållet och en mer noggrann utforskning av relevanta ämnen. Detta tillvägagångssätt är särskilt fördelaktigt i och med att vår intervjuform är semistrukturerad, vilket har låtit oss anpassa och ställa relevanta frågor i realtid utifrån det som sagts under interaktionen (Patten och Newhart, 2018:kap. 6).

3.1.1 Semistrukturerad intervju

En modell för kvalitativa intervjuer är semistrukturerade intervjuer. Det är viktigt att vi som intervjuar har en tydlig plan kring tematik och vilka frågor som ska ställas (Ekström, 2019:114-115). Därför kommer vi använda oss av en intervjumall (se bilaga 1) där våra huvudsakliga frågor samt förslag till följdfrågor finns. Vi utgår från intervjumallen och stannar sedan upp och ställer kompletterande frågor vid behov. Varje intervju i denna uppsats transkriberas. Vi tar först hjälp av Microsoft Words automatiserade transkriptionsfunktion, och sedan kompletterar vi den genom att renskriva medan vi lyssnar på en inspelning av intervjun. När respondenter nämns i studien är de alltid anonymiserade med slumpmässiga pseudonymer.

3.1.2 Urval

Vi har använt ett bekvämlighetsurval om fyra respondenter (se bilaga 2). Samtliga respondenter är studenter vid Lunds universitet. Vårt urval representerar endast en liten grupp av personer bland alla användare på Facebook som söker bostad. Resultaten som vi har fått från denna begränsade grupp kan därför inte generaliseras till att omfatta alla användares beteende och preferenser. Men vi har ändå fått insikter i våra respondenters beteenden, vilka kan ligga till grund för framtida forskning.

Vårt urval är kopplat till studiens syfte och vad vi vill att urvalet ska representera, vilket delvis är studenters syn på Facebooks affordances (Ekström, 2019:113). Urvalet består av studenter vid Lunds universitet som söker bostad via sociala medier. Vi har kontaktat slumpmässiga studenter som lagt ut inlägg i facebookgruppen *Studentbostad i Lund & Malmö*

och bett om intervjuer. Efter den första intervjun upptäckte vi nya frågor vi ville ställa, varför vi också har betraktat intervjumallen som ett levande dokument.

3.2 Tidigare forskning

Samtalsintervjuer kan utföra ett bra komplement till tidigare forskning (Esaiasson, 2012:256). Vår metodologi involverar en omfattande analys av tidigare forskning och relevanta artiklar som fokuserar på ämnet affordances, context collapse och övriga artiklar vi bedömer vara relevanta för frågeställningen. Denna litteraturoversikt syftar till att förstå den etablerade kunskapen och tidigare resultat som framkommit. Parallellt med detta har vi analyserat beteendemönster och interaktioner i facebookgruppen *Studentbostad i Lund & Malmö*, med syfte att erhålla insikter om beteende och kommunikation i den medierade bostadsmarknaden, vilket har informerat våra intervjufrågor.

4. Analys

4.1 Affordances på Facebook

Tidigare forskning påpekar att olika plattformar tjänar olika syften, till exempel används Facebook ofta mer för officiella eller nödvändiga ändamål (Boczkowski, 2018), där affordances används för personlig nytta, som att hitta bostäder. Våra resultat av intervjuerna pekar på att andra plattformar som Instagram, X (tidigare Twitter) och Tiktok sällan används som första alternativ till att finna ett bostadskontrakt, vilket bekräftar den tidigare forskningen.

Facebook med sina affordances kan underlätta studenters bostadssökning på flera nivåer. En av de mest framstående fördelarna är den breda tillgängligheten som plattformen erbjuder. Genom att använda funktioner som grupper och marknadsplatser fungerar Facebook som en virtuell mötesplats där studenter kan söka, utforska och diskutera olika boendialternativ: “En tjej såg att jag hade kommenterat en bostadsannons så hon skrev till mig privat för att berätta att hon tänkte hyra ut sin lägenhet ifall vi fortfarande letade efter bostad”, (Respondent Charlie, 15/12/2023). I det här fallet hade Charlie nytta av olika affordances på Facebooks. Dessa inkluderar bostadsgrupper, möjligheten att kommentera och skicka meddelanden till andra användare. Charlies användning av kommentarsfunktionen resulterade i att hon

framgångsrikt kunde säkra en bostad.. De positiva aspekterna av användningen av sociala medier och deras affordances, i detta fall Facebook, är möjligheten att koppla samman olika resurser och färdigheter (Lindgren, 2021).

Användare utmanas att tänka och handla tillsammans inom en kommunikationsstruktur, i det här fallet en facebookgrupp, som främjar att dela med sig av sina resurser (Lindgren, 2021). Men de ämnen och information som sprids utgör utmaningar för traditionella sätt att göra det på (Lindgren, 2021). Vår studie pekar på att våra respondenter väljer att använda Facebook som förstahandsval när det kommer till att hitta bostad.

Affordances kan ha en dubbelsidig påverkan på integritetsinställningar på Facebook. Å ena sidan, är det enkelt för användare att kolla upp varandras profiler. Å andra sidan, är det möjligt för användare att styra vad som visas upp när någon besöker ens profil. Respondenten Charlie säger: "Jag har ställt in på funktioner att bara mina vänner på Facebook kan se min profil". Här har Charlie strategiskt använt Facebooks affordances på ett sätt som omöjliggör för främlingar att söka upp hennes profil. Det kan ha både för- och nackdelar i ett bostadssökande. Vissa hyresvärdar kanske tolkar det som att Charlie är medveten om integritetsfrågor, vilket kan vara bra. Andra hyresvärdar kanske tror att Charlie har något att dölja, vilket kan innebära negativa konnotationer för en hyresvärd.

En annan respondent, Miranda, tycker inte att Facebook i allmänhet är viktigt för självframställning, utan det har hon andra plattformar för, som Instagram. Miranda använder Facebook för praktiska ändamål, som att hålla koll på aktuella evenemang och få tag i bostäder. Miranda använder Instagram för att lägga ut bilder där hon framställer sig, och menar att Facebooks affordances gör att plattformen lämpar sig särskilt bra för bostadsförmedling. Framförallt verkar det bero på Facebookgrupper. Vi frågar Miranda om hon tror att Facebook lämpar sig bättre än andra sociala medier för att söka bostad och, i så fall, varför:

Jag tror att [Facebook] är bättre och jag tror att det är deras så här gruppfunktion [...] att man kan liksom gå med i just så här bostad i Lund och Malmö eller vissa så här studentbostäder, att det finns så många olika grupper och alltså där träffar man liksom folk som bara lägger ut och bara liksom 'söker bostad', men alltså Instagram som man kan dela ett inlägg eller en story om så här. Ja, min kompis söker bostad men sen vet jag inte riktigt hur... alltså det kan ju max ligga uppe i ett dygn på en story alltså så.

(Miranda, 26/12/2023)

Miranda jämför Facebooks och Instagrams affordances och kommer fram till att det skulle kunna gå att söka bostad med ett inlägg och kanske en story på Instagram, men hon lutar ändå åt att Facebook lämpar sig bättre.

En av Facebooks affordances är möjligheten att se andra användares profiler. Inte minst när Facebook används som bostadsplattform, är denna affordance relevant eftersom det handlar om att användarna ska teckna viktiga kontrakt. Användare vill kunna säkerställa att den andra parten är trovärdig. Miranda har råkat ut för vad hon beskriver som “shady folk”, det vill säga icke trovärdiga aktörer. Hon har strategiskt använt Facebooks affordances för att utvärdera aktörerna genom att, med hennes erfarenhet av trovärdiga profiler i bakhuvudet, titta igenom profilerna hos potentiella hyresvärdar. Hon nämner att hon har letat efter faktorer som antal vänner, information i bion och bilder och har då kunnat avgöra om det är en “shady” profil eller en trovärdig. När Miranda har varit osäker har hon sökt upp aktören på andra medier för att exempelvis se om de har varit folkbokförda i Skåne, eller om personen verkligen finns på riktigt. Här är Facebooks affordances kring användarnas namn viktiga (Kini, Pathak-Shelat och Jain, 2022). Facebook kräver nämligen att användarna använder sina riktiga namn. Miranda tror dock att detta missbrukas ibland, men att den långa processen för att skapa en profil motverkar missbruket något. Vi frågar Miranda om hon tror att detta missbrukas, men om hon tror att det är en bra grundtanke: “Ja exakt. Alltså man måste ju ändå fylla i [sitt namn], och så måste man ändå lägga ganska mycket tid på att skapa en profil [...]” (Miranda, 26/12/2023).

4.2 Självframställning enligt Goffman

En öppen Facebookprofil innebär att en användares onlineidentitet är synlig för en bredare publik. Om användarens andra sociala medier är kopplade till dennes Facebook profil, bör de båda profilerna reflektera liknande identiteter. “Jag såg en kille som la upp en bostadsannons i en facebookgrupp där han skrev att han var djur- och rökfri, men när man klickade in på hans Instagram profil stod han med en cigarr i handen. Så många kommenterade hans facebookannons och påpekade detta (Charlie, 15/12/2023). Motstridiga roller kan enligt Goffman skapa destruktiv information som leder till förlorad kontroll över situationen (Goffman, 2020). Mannen Charlie nämner har tydligt försökt med hjälp av Facebooks

affordances försökt att framställa sig själv som rökfri, men Facebooks affordances har också avslöjat att det inte stämmer.

Respondenten Miranda berättar att hon är beredd att framställa sig på ett kanske inte helt sanningsenligt sätt via sociala medier om det hjälper henne hitta en bostad. Exempelvis berättar Miranda om när hon var i kontakt med ett kollektiv via Facebook. Mirandas uppfattning är att det är viktigt att ens personlighet upplevs som passande för kollektivet i fråga. "Ja, man ändrar sig kanske lite personlighetsmässigt när man beskriver sig själv för att också ge sig själv och en ärlig chans hos hyresvärderna." (Miranda, 15/12/2023).

Det här går hand i hand med Goffmans teorier om hur människor tar på sig olika masker för olika sammanhang. Miranda berättar vidare om hur hon kan låtsas vara intresserad av en viss musiksmak eller växter för att hyresvärdar ska tycka om henne. Vid ett tillfälle då hon sökte en bostad ville hyresvärderna ha en hyresgäst som tyckte om växter. Med hjälp av Facebooks affordance att publicera bilder, kunde Miranda få fram bilder på växter hyresvärderna hade placerat i bostaden. Miranda kollade sedan vilken typ av växt detta var för att öka sin trovärdighet. "Jag har till och med typ sökt upp vissa blommor man hade på bilderna och bara 'älskar den där blomman du har' [...] eller när någon var så 'ja, vi älskar typ rock'" (Miranda, 15/12/2023).

5. Diskussion

Vårt urval om fyra intervjuer gör att vi inte kan dra generella slutsatser, men vi har fått en del fingervisningar. Tre av fyra respondenter var kvinnor i åldrarna 21-25. En respondent var man i samma åldersspann, men av den intervjun fick vi tyvärr inte ut någon vidare användbar information. Det hade till stor del att göra med att det var vår första intervju i studien. Vi ämnade att analysera hur ojämlikheter mellan olika grupper ser ut på Facebook som bostadsplattform, men på grund av vårt urval om mestadels yngre kvinnor har vi inte kunnat göra det. Framtida studier inom ämnet skulle ha nytta av ett bredare urval.

Baserat på våra fyra intervjuer, och den betydande närvaron av stora bostadsrelaterade facebookgrupper, pekar vår studie på att Facebook är en populär plattform för studenter att söka bostäder i Lund, utöver traditionella hyresvärdar som exempelvis AF Bostäder. Våra respondenter pekar särskilt ut Facebooks affordances kring grupper, möjligheten att granska

en potentiell hyresvärd digitala fotspår samt kommentarsfunktionen. Vi kan konstatera att våra respondenter inte ser något annat socialt medium som ett alternativ till Facebook när det kommer till bostadsförmedling. Däremot anser våra respondenter att Instagram Stories kan vara ett komplement, men då främst för att hänvisa till sitt facebookinlägg.

Anledningen till att respondenterna föredrar Facebook är kopplat till dess affordances, men det beror också på hur de använder plattformen i övrigt. Våra respondenter använder framförallt Facebook till praktiska ändamål, som att söka bostäder, hålla koll på evenemang och ta del av studentlivets olika facebookgrupper. Våra respondenter är facebookvänner med användare från olika sammanhang. Det rör sig dels om familj och vänner, men även släktingar med mera. De som ingår i respondenternas nätverk på Instagram är framförallt vänner vilka de inte tror hyr ut bostäder, därav ansåg respondenterna det vara ett irrelevant medium i frågan. Ingen respondent sa att denne var vän med en hyresvärd på Facebook sedan tidigare, men att gruppfunktionen gjorde att de kunde nå ut till hyresvärdar. Möjligheten att dela inlägg kan ha varit en bidragande faktor här, då även den funktionen gör att inlägg kan nå ut till fler.

Initialt trodde vi att respondenterna skulle vara lite oroad över att hyresvärdar enkelt kan kolla upp deras digitala fotspår med hjälp av sociala medier, men vi fick inga sådana aningar. Detta berodde delvis på att respondenterna inte brukar lägga ut inlägg på Facebook. Det berodde också på att respondenterna inte trodde att hyresvärdar kollade in deras andra sociala medier, förutom ifall det skulle röra sig om en hyresvärd i ungefär samma ålder. Respondenterna har dock berättat att de själva granskar hyresvärdarnas profiler för att säkerställa sig om att de tecknar avtal med seriösa aktörer.

Tidigare forskning har betonat en brist på integritet och att användare upplever svårigheter med att dölja information från sina befintliga facebooknätverk (Fox och Moreland, 2015). I vår undersökning har det framkommit att denna upplevelse av integritetsbrist kan variera beroende på ålder och användningsmönster. Våra respondenter tenderar att använda Facebook på ett mer praktiskt sätt. De använder Facebook mer som ett praktiskt verktyg för seriösa ändamål, som bostadssökning. Våra respondenter tror att äldre använder Facebook för fler ändamål och att de lägger upp fler inlägg. En respondent jämförde äldres användning av Facebook med yngres användning av Instagram. Exempelvis skulle respondenten i fråga aldrig lägga ut en bild där hon dricker öl på Facebook, men det gör hon gärna på Instagram.

5.1 Framtida forskning

I den här studien har vi påvisat fall som tyder på att studenter vid Lunds universitet använder Facebooks affordances för att hitta hyresbostäder. Framtida forskning skulle kunna undersöka om detta även förekommer på övriga universitet, och ifall deras studenter använder Facebook på samma sätt.

Framtida forskning kan också ha ett större fokus på den digitala klyftan. En frågeställning skulle exempelvis kunna vara ungefär “Hur påverkar människors förmåga att hantera Facebooks affordances möjligheten att ta del av hyresbostäder?”. Det hade också varit intressant att studera människors åsikter kring etiken med bostadsförmedling via sociala medier ifall det leder till ökad ojämlikhet.

Vår studie täcker som tidigare nämnt endast fyra respondenter, samtliga med liknande bakgrunder. Det hade varit intressant att se ifall den yngre generationen på större skala slutat använda Facebook som en vardaglig plattform till förmån för Instagram. Det hade också varit intressant att undersöka om Facebooks affordances kan ha en påverkan på varför den äldre generationen eventuellt håller sig fast vid plattformen.

6. Käll-/referensförteckning

AF Bostäder. (2023). Att bo hos oss. Hämtad från <https://www.afbostader.se/att-bo-hos-oss/>

Boczkowski, P.J., Matassi, M. and Mitchelstein, E. (2018). *How Young Users Deal With Multiple Platforms: The Role of Meaning-Making in Social Media Repertoires*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(5), pp.245–259.

doi:<https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy012>.

Boudlaie, H., Nargesian, A. & Nik, B.K. 2019, "DIGITAL FOOTPRINT IN WEB 3.0: SOCIAL MEDIA USAGE IN RECRUITMENT", *Ad-minister*, no. 34, pp. 131-148.

Bucher, T (2021). *Facebook*. Polity, upplaga 1

CSN. (2023). Studiestöd. Hämtad från <https://www.csn.se/bidrag-och-lan/studiestod.html>

Ekström, Mats och Johansson, Bengt (2019). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.

Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik & Wängnerud, Lena (red.) (2012). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 4., [rev.] uppl. Stockholm: Norstedts juridik

Fincher, D. *The Social Network*. (2010). [DVD] United States: Sony Pictures Releasing.

Fox, J. and Moreland, J.J. (2015). *The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances*.

Computers in Human Behavior, [online] 45, pp.168–176.

doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.083>.

Goffman, Erving (2020). *Självframställning i vardagslivet*. Lund: Studentlitteratur.

Hyresgästföreningen. *Unga vuxnas boende 2023*. (2023). Tillgänglig på:
https://www.hyresgastforeningen.se/globalassets/bostadsfakta/rapporter/2023/unga-vuxnas-boende/ungas_boende_2023_malmo_lund.pdf [Hämtad 29 Dec. 2023].

Kini, S., Pathak-Shelat, M. and Jain, V. (2022) 'Conceptualizing "Filter-ing": Affordances, Context Collapse, and the Social Self Online', *International Journal of Communication*, 16, pp. 1573-1593–1593. Available at:
<https://search-ebSCOhost-com.ludwig.lub.lu.se/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=edselc&AN=edselc.2-52.0-85158075154&site=eds-live&scope=site> (Accessed: 18 December 2023)

Lindgren, S. (2021). *Digital Media and Society*. Sage.

Patten, M.L. och Newhart, M. (2018). *Understanding research methods : an overview of the essentials*. 10th ed. New York, Ny Routledge.

Ruby, D. (2022). *50+ Facebook Statistics 2022: How Many Users Does Facebook Have?* [online] demandsage. Tillgänglig på: <https://www.demandsage.com/facebook-statistics/>.

Shane-Simpson, C., Manago, A., Gaggi, N. and Gillespie-Lynch, K. (2018). Why do college students prefer Facebook, Twitter, or Instagram? Site affordances, tensions between privacy and self-expression, and implications for social capital. *Computers in Human Behavior*, 86, pp.276–288. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.041>.

Tracy, S.J. (2019). *Qualitative Research Methods : Collecting evidence, Crafting analysis, Communicating Impact*. 2nd ed. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Bilaga 1: Intervjumall

Introduktion

1. Hej! Tack för att du har tackat ja till intervjun. Vi som intervjuar heter Celine och Gustav.

Erfarenhet av att söka bostad

2. Vilka vägar kan man välja som student när man söker bostad?
3. Vad är din upplevelse av att hitta bostäder på plattformar såsom Facebook?
4. Är det enkelt att hitta boenden via Facebookgrupper?
5. Har du haft svårigheter med att hitta en bra och rättvis bostad via Facebook?
6. Generellt sätt finns det tre sätt att söka en bostad via Facebookgrupper.
 - 1) *Du lägger upp ett inlägg där du presenterar dig själv.*
 - 2) *Du kommenterar ett inlägg där någon söker en hyresgäst.*
 - 3) *Du skickar ett meddelande till någon som kan hyr ut.*Vilket eller vilka av dessa alternativ har du använt?

Hur en ansökan ser ut

7. När du gör ett inlägg/kontaktar en hyresvärd, vad skriver du om dig själv?
 - a. Sysselsättning, ålder, härkomst?
 - b. Är vissa punkter extra viktiga att ta upp?
 - c. Vad tycker du är viktigt att inkludera när man lägger upp en annons i en bostadsgrupp på Facebook?
8. Finns det något du undviker att skriva? Vad och varför?
9. Hur vill du som bostadssökande framställa dig?

Reflektion kring affordances

10. Hur använder du facebook utöver bostadssökandet?
11. Har du funderat på att söka bostad via något annat socialt medium som exempelvis TikTok?
12. Tror du att hyresvärdar tittar på din Facebook-profil innan de fattar ett beslut?
 - a. Vad tror du att de letar efter isåfall?
 - b. Har du haft detta i åtanke innan du har sökt bostad?
 - c. Tror du detta har påverkat dina möjligheter att ta del av ett bostadskontrakt?

13. Lämpar sig Facebook bättre än andra sociala medier för att söka bostad?

a. Vilka faktorer beror det på?

i. Ditt nuvarande nätverk?

ii. Specifika funktioner som Facebook erbjuder?

14. Har du tagit hjälp av andra sociala medier för att sprida din Facebookannons?

Bilaga 2: Intervjuförteckning

Samtliga namn har ersatts med pseudonymer. Studien har bestått av följande respondenter:

Respondent	Namn	Ålder	Kön	Datum för intervju	Form	Övrigt
1	Erik	24	Man	13/12/2023	Fysisk	Se nedan
2	Kim	25	Kvinna	19/12/2023	Zoom	
3	Charlie	23	Kvinna	15/12/2023	Fysisk	Har sambo
4	Miranda	21	Kvinna	26/12/2023	Zoom	

Svaren från Erik användes främst för att förbättra intervjumallen. Även svaren från Kim har hjälpt oss med utvecklingen av mallen, medan vi upplevde att svaren från Charlie och Miranda var de mest relevanta att inkludera i uppsatsen.