

Facebooks kommunikative rum¹

Af Jesper Tække, adjunct IMV AaU
imvjet@hum.au.dk

Indledning

I min ph.d.-afhandling, *Mediesociografi*, opstiller jeg en analysestrategi for at beskrive og analysere det sociale, set i lyset af det, eller de medier det baserer sig på. Afhandlingen bevæger sig mest på et sociologisk plan, men støtter sig på Medium Theory for at beskrive medier som mulighedsskabende for det sociale. I praksis betyder det at analyser af socioevolutionen foretages i lyset af medieevolutionen. Til dette arbejde videreudviklede jeg Niels Ole Finnemanns (1997) begreb om det *kommunikative rum*, så det ud fra ni parametre, så at sige måler et medies sociale potentialitet. Jeg vil i det følgende først præsentere de ni parametre kort og generelt, og derefter mere grundigt og specifikt anvende dem, til at iagttage Facebook. Jeg vil ikke i denne tekst gå ind i egentlige teoretiske forklaringer, men være lidt indforstået og refererende og først og fremmest bare beskrive og analysere Facebooks kommunikative rum.

1. *Pris*, er et parameter der iagttager økonomiske forhold i relation til et givent medie. 2. *Sværhedsgrad*, iagttager om mediet udelukker mange mennesker ved at være svært tilgængeligt eller om det omvendt er meget inklusivt. 3. *Direktionalitet*, iagttager hvilke muligheder og restriktioner mediet giver i forhold til hvem der kan sende og modtage meddelelser. 4. *Tid*, iagttager om mediet er synkront, asynkront, eller nær-synkront. 5. *Lagring*, iagttager mulighederne for at gemme meddelelser. 6. *Genfinding*, iagttager mulighederne for at kategorisere, systematisere og genfinde meddelelser. 7. *Remediering*, iagttager sociale og psykiske konsekvenser ved reproduktion af allerede værende sociale aktiviteter i nye medier. 8. *Form*, iagttager hvilke meddelelsesformer der kan instantieres i mediet (hvad der kan in-formere det) fx billede og lyd. 9. *Rum*, iagttager hvilke spatiale konsekvenser mediet har for det sociales ekstension såvel i virtuel - som i geografisk forstand.

¹ Dette paper er fremlagt på medievidenskabeligt kollokvium torsdag d. 25. februar ved Institut for Informations- og Medievidenskab, Aarhus Universitet.

Jeg vil altså, om end kort og selektivt, iagttage Facebook gennem de distinktioner som parametrene lader komme til syne. Hvis man bliver interesseret i det mediesociologiske kan man læse Tække 2006, og hvis man også bliver interesseret i menneskets mulighedsbetingelser for at reflektere over sig selv, som individ i relation til medieevolutionen kan man læse Tække 2007.

Pris

Dette parameter iagttager primært ud fra distinktionen dyr] billig, altså hvor selektivt er mediet ift. økonomi. Dette har betydning for hvor mange og hvem, der kan deltage i samfundets produktion og reproduktion i mediet. Dette giver en sociologisk distinktion mellem inklusion] eksklusion. Ud fra Castells (2003) kan vi stille distinktionen *space of flows*] *space of place* op. Space of flows beskriver hvordan de mest urbaniserede og velhavende steder i verden er tæt forbundet informationsteknologisk, samt hvordan de er mere forbundet til hinanden ift. såvel økonomi som kommunikation, end de er med deres opland og nation. Beslutninger, udvikling, profitmaksimering, trends osv. skabes her i dette digitalt understøttede netværk af metropoler. Det giver en verden med to klasser af mennesker, de der lever i space of flows og de der lever udenfor. Man kan dog også, hvis man krydser distinktionstegnet, se, at de steder (space of place), der ligger inden for space of flows er befolket med mennesker, der er spændt ud, fordi de skal være til rådighed (online) døgnet 24 timer, og leve op til de normer og trends der hersker i strømmenes rum, samtidig med at de skal have mere fysisk betingede relationer til familie og venner i space of place (Rose 2005), hvor der af generationsmæssige, økonomiske og kulturhistoriske årsager kan herske lokale normer, der konflikter med de mere globalt gældende. Danmark er som et stærkt urbaniseret vældfærdssamfund placeret solidt i space of flows. Vi er som helhedsbetragtning del af en eksklusiv klub udgjort af de 25,6% af verdens befolkning der september 2009 var koblet til internettet (www.internetworldstats.com). I 2009 havde hele 83% (Danmarks statistik) i Danmark adgang til internettet derhjemme, mens tallet for Afrika som helhed til sammenligning kun var 6,8%. Af de 83% af den danske befolkning med adgang til nettet derhjemme var 42% i alderen fra 16 til 74 år

tilknyttet et socialt medie, og af dem igen havde 95% en profil på Facebook.² At ikke alle i Danmark har en internetforbindelse og også en profil i et socialt medie, skyldes sandsynligvis mere sværhedsgraden i forhold til at betjene en computer og forcere de semantiske distancer i cyberspace end økonomiske forhold.³ At kun 42% af dem med internetadgang har en profil i et socialt medie, skyldes dels aldersmæssige forskelle hvor den ældre del af befolkningen kun langsomt kommer med, hvortil sværhedsgrad igen også sandsynligvis udgør en del af forklaringen. Ift. sociale medier gør folks aktive fravalg (ulyst) dog også en del af forklaringen, hvilket kan ses som korrelerende stærkt med alder⁴ og funktionel analfabetisme. Af de 42% der er inkluderet i samfundet og det sociale også via sociale medier, ser Facebook ud til at være den store vinder, det medie som altså 95% af denne gruppe har valgt til.

Fuchs (2008) iagttager internettet ud fra distinktionen [konkurrence] kooperation, der udlægges som to modstridende kræfter, der slås om herredømmet i cyberspace, som en videreførelse af klassekampen i samfundet. Wikipedia fremhæves som eksempel på kooperation hvor informationer stilles gratis til rådighed og forhandles kollektivt, mens andre som Google mere skjult, ved at opnå monopol på forskellige tjenester, kan tjene penge på laverer klassers produktion af indhold. Dette sidste forhold lader også til at være tilfældet for Facebook, der dedikerer reklamer specifikt ift. hvad man har opgivet af oplysninger om sig selv, fx alder, hvorved firmaet altså tjener penge på brugergenereret indhold. På brugerniveau kan reklamer jo altid være irriterende, men som jeg kommer ind på senere er det hertil samtidig diskutabelt hvor meget kooperation Facebook overhovedet giver anledning til.

² Ifølge Facebook selv var der d. 31/12 2009 2.262.260 danskere på Facebook:
<http://www.nickburcher.com/2009/12/facebook-usage-statistics-by-country.html>

³ Det anslås at 25% af den danske befolkning er funktionelle analfabeter, se <http://da.wikipedia.org/wiki/Analfabetisme>. Dog skal det ikke benægtes, at der er egentlig fattigdom i Danmark af forskellige sociale årsager og at borgere også af denne grund er ekskluderet fra at bidrage til den samfundsmæssige reproduktion, samt fra private muligheder på internettet af denne grund, men ift. Fx Afrika er eksklusionen dog minimal.

⁴ Igen ifølge Danmarks Statistik (2009) falder tilliden til de sociale medier med alderen således at ældre har meget mindre tillid end yngre, hvilket igen korrelerer med at viden om at regulere privatindstillingerne falder.

Sværhedsgrad

Dette parameter iagttager ud fra distinktionen let| svær kode. Igen er det mediets selektivitet der er på spil, spørgsmålet er om mange ekskluderes fra at deltage i samfundets reproduktion på Facebook, fordi mediet er svært at gennemskue og håndtere. Internettet er i sig selv relativt svært tilgængeligt, man må kunne læse og også gerne kunne skrive, samt have tjek på computerens håndteringsegenskaber, samt på de konkrete applikationer. Hertil kommer, som Meyrowitz (1985) påpegede mht. læsning, at kendskabet til den basale kode, ikke nødvendigvis betyder at man kan læse og forstå mere komplicerede tekster, hvilket betyder at de semantiske distancer i cyberspace, ekskluderer mindre uddannede i analogi med tunge romaner, aviser og fagbøger. Som allerede anført i forrige afsnit, anslås det at op til 25% af den danske befolkning er funktionelle analfabeter, og selvom computeren netop er et hjælpemiddel, med mulighed for højtlesning mm. så er en applikation som Facebook meget selektiv og ekskluderende. Man kan dog anvende Facebook på mange forskellige brugerniveauer, men set som mikroblogging, er det et skriftmedie, der såvel implicerer basale læse og skrive færdigheder, viden om genre, jargon og den konkrete og situerede sociale kontekst, inklusiv dennes historiske grundlag (interaktionshistorien). Set således er Facebook yderst selektiv og ekskluderer ikke bare dyslektikere, men enhver der ikke kan afkode de sociale normer, semantikker og jargoner der verserer i *kommunikationen* på Facebook. Med *kommunikation* mener jeg de bobler, der består i tilbagevendende reciproke afgivelser af statusopdateringer og kommentarer mellem *venner*. Hvis opdateringer omvendt ikke bliver kommenteret på, er det risikabelt overhovedet at regne dem for kommunikation. Ud fra Niklas Luhmann (2000) skal der selekteres en forståelse af en anden kommunikationspartner i forhold til en ytring, før den kan regnes som kommunikation.⁵ Hertil kommer, at der må være en tilbagevendende udveksling af ytringer, der kobler sig meningsfuldt til hinanden over tid, før man kan begynde, at tale om et *fællesskab* og ikke bare tilfældige episoder hvor *venner* uden

⁵ Massemediekommunikation er kendetegnet ved at forståelsen ikke kan tilbagemeddeles (Luhmann 2002a), det kan den godt på Facebook, men vi ved ikke om, eller hvor meget statusopdateringer der ikke kommenteres på læses.

sammenhæng i øvrigt, råber noget til hinanden i forbifarten. Et fællesskab er således defineret ved at en gruppe af bidragydere over tid via produktionen af en interaktionshistorie danner det man ud fra Luhmann (2000: 101, 239ff) kan kalde en *meningsgrænse* (Tække 2006). Meningsgrænsen er så at sige den diskursive lukning af kommunikationen om bestemte temaer, semantikker, tonen hvormed man tiltaler hinanden – eller mao. hvad man kan tale om og hvordan (ibid.). Hvis vi ser på chatforskning (Tække 2008), er det klart, at det kan være svært, at bedømme meningsfuldheden i interaktionen i tekstchat ud fra alt for firkantede kriterier for kohærens (Hougaard 2004). Hertil kommer at meningsfuldhed, under tiden slet ikke fremstår for én, hvis ikke man på etnografisk vis har indlevet sig i den kultur man studerer, og derved har lært at forstå dens semantikker. Som i tekstchat bruges der et væld af forkortelser med mere eller mindre global udbredelse på Facebook. Hertil er der, som det er tilfældet med weblogs, ofte bestemte emner og temaer på banen, der kan være endda meget indforståede og fagspecifikke (Tække 2006). Sidst er der også mange direkte links, linkstrukturer og andre platforme, medier, begivenheder, eller dele af Facebook selv, der bærer dele af kommunikationen eller dens meningsindhold. Dette kunne fx være indforståede referencer til spil, der er i gang på Facebook eller til en video på You Tube.

Jeg vender senere tilbage til de kommunikationsveje der er i Facebook, her skal det anføres, at selvom Facebook er langt nemmere at overskue og forstå end fx Myspace, så er kommunikationen stadig svær at afkode. Andre forhold der gør Facebook til et medie, der ekskluderer ved at være svær at finde ud af, er at mediet er en sammensætning og kombination af en lang række kommunikationsmedier: chat, meddelelser, statusopdateringer, newsfeed, kommentarer, grupper, begivenheder, videoer, foto og spil. Faktisk vil jeg forholde mig tvivlende til, at alle der er på Facebook kan siges overhovedet at være brugere af mediet og ikke bare personer, der har fået lavet sig en profil for ikke siden at bruge den. Begrebet *lurker* beskriver en person der kun lurker på hvad andre ytrer i digitale interaktionsmedier, men som aldrig selv ytre noget. Billedet vi kender helt tilbage fra Usenet Newsgroups (Tække 2006), er at langt de fleste blot kigger med (Smith 1999, Baym 2000), men vi ved også at mange af lurkerne præcist som de aktive brugere har en

følelse af at tilhøre et fællesskab (Roberts 1998, Nonnecke & Preece 2001). Om denne følelse af fællesskab har sin rigtighed kan ikke diskuteres, men det kan det derimod – når vi taler Facebook - om den er baseret på en sand deltagelse i et *fællesskab*, da Facebook kommunikationen, som jeg vender tilbage til, ikke synes at centrere sig om noget fællesskab, men kun forløber i parallelle synkrone netværk. Det kan dog ikke konkluderes, om denne ikke deltagelse har med evner og kompetencer at gøre, eller om den må tilskrives andre mere almene sociale forhold. Endnu en usikkerhed er om Facebooks lurkere virkelig lurker, eller blot har oprettet sig, og ikke siden har haft kigget på andres statusopdateringer, hvortil det nok kan slås fast, at kun et fåtal af de aktive brugere, blot en gang imellem tjekker andres statusopdateringer, for slet ikke at tale om at se på andres profiler.

Direktionalitet

Dette parameter iagttager ud fra en distinktion mellem sender] modtager. Man kan dels iagttage om mediet giver mulighed for en til en, nogen til nogen, en til mange eller mange til mange kommunikation. Dels kan man iagttage tilgangen til informationer ud fra ejerskab til, og kontrol over tilgangen til dem, hhv. til mediet (kanalen) (se Tække 2006: 101, 205, 270). Internettet giver som digitalt medie mulighed for alle tænkelige mønstre, men også alle muligheder for at begrænse folks mulighed for at bidrage til kommunikation, samt for at få adgang til information. Lindå (2009) mener at Facebook er et eksempel på en glidning, fra internettet som udtryk for et medie med åben søgning i al information, til et filtermedie hvor det kræver optagelse, medlemskab og altså ift. Facebook *venskab*, før man kan deltage i kommunikationen. Med Facebook reducerer man kompleksiteten (filtrerer man) ved kun at få information og henvendelse fra sine *venner*. Internettet har dog lige fra Usenet åbnede i 1979 og til i dag, krævet medlemskab til fællesskaberne, eller som ovenfor nævnt, ekskluderet dem der ikke kan bryde koden og tiltrække sig anknudning til ytringer. Men efter at de fleste (Danmarks statistik 2009) efterhånden filtrerer hvem, der har adgang til deres oplysninger og statusopdateringer kan det fastholdes, at Facebook er et medie til effektivt at ekskludere ikke-venner.

Facebook giver så at sige alle muligheder for at sende og modtage meddelelser, man kan endda, hvis ikke dette forhindres af individuelle indstillinger, sende meddelelser til profiler man ikke har indgået venskab med og lade alle se ens statusopdateringer, informationer osv.. Ligeledes kan man på alle mulige måder via sine indstillinger holde ikke-venner ude og dertil dele sine *venner* op, så de i forskellige grad begrænses fra at se hvad man skriver, foretager sig og lægger ud af foto, videoer osv. og omvendt kan man altså også åbne sin profil helt så alle kan kigge med.

Facebook er ikke et medie, der som udgangspunkt giver et fællesskab med alle *venner*, da alle vil have *venner* der er forskellige fra dem man selv har. Det er dog ikke umuligt, at aftale en brug af mediet så alle er *venner* med alle og ikke *venner* med andre, men dog nok helt teoretisk eller virkelig en sjældenhed. Man kan derimod oprette en gruppe og der nå tættere på at have et fællesskab, men også ift. Facebook-grupper er der det forbehold, at det kræver en aktiv indsats når man er på Facebook, at skulle gå ind på en gruppe og følge hvad der er sket der. Facebook er nærmere et medie, der kan ses som en infrastruktur for kommunikation, der giver mulighed for at danne et *netværk*. Man kan da også give hinanden virtuelle gaver og skrive sammen med de andre og se statusopdateringer og kommentere på dem, når man ikke er forhindret af vedkommendes indstillinger. Det at man har forskellige *venner*, bevirker at man ikke kan følge med i *alt* hvad ens *venner* ytrer og foretager sig, da man kun på sin *væg* vil se statusopdateringer, news feed og live news feed fra sine *venner*, og ikke vil kunne se, når de kommenterer på deres *venners* opdateringer mv. hvis disse *venner* er forskellige fra dem man selv har. Man ser således heller ikke overhovedet det samme som sine *venner*, når man kigger på sin *væg*. Man har tidligere talt meget om internet-fællesskaber som nogle der, med et begreb hentet tilbage ved Sarason (1974), skaber, *a sense of community*, eller et *imagined community* med Andersons (1983) begreb, fordi undersøgelser viser, at mange af deltagerne føler sig som medlemmer i et fællesskab (se Blanchard & Markus 2004). Dette kunne måske forbavse eftersom langt de fleste faktisk *ikke* bidrager til fællesskabet, men bare læser andres bidrag (lurker). Fænomenet kan kaldes *90-9-1 princippet* eller *participation inequality*, fordi kun 1% bidrager dagligt, de 10% kun

deltager indimellem, mens de 90% aldrig eller kun yders sjældent bidrager (Nielsen 2006). Problemet med at føle sig som del af et fællesskab på Facebook, at det nærmest kan siges at være en form for falsk bevidsthed, er at der ikke her er en egentlig referencegruppe, et fællesskab, men kun enkeltindivider med profiler og en digital infrastruktur der muliggør at *venner* kan følge med på hinandens profiler. Et fællesskab består, som ovenfor nævnt, i en gruppe der gennem kommunikation efterhånden har forhandlet sig frem til legitime tematikker, holdninger, sprogbrug dvs. til en *meningsgrænse*. Noget sådant finder man ikke på Facebook i kommunikationen omkring profilerne. Derimod finder man forskellige enkeltpersoner, der ud fra helt forskellige perspektiver og uden regelmæssighed i tid kommenterer på statusopdateringer. Hvad jeg kan være betænkelig ved i denne forbindelse, er at vi fra de *rigtige onlinefællesskaber*, fx Usenet Nyhedsgrupper, ved at selv de der kun lurker har en følelse af fællesskab (Roberts 1998, Nonnecke & Preece 2001). Betænkeligheden går på at meninger og holdninger til meninger, men også til acceptable selvfrestillinger, hvordan man taler til andre, semantikker osv. faktisk bliver forhandlet blandt personer der principielt er ligemænd. Fællesskabet producerer og reproducerer en meningsgrænse, og så vel processen som produktet giver mulighed for at vælge at være enig eller uenig. Selv om man ikke ytre sig accepterer man stiltiende hvad de aktive medlemmer kommer frem til – og man kan til enhver tid blande sig og/eller melde sig ud – og i alle tilfældene, kunne tilskrive sig selv identitet i relation til gruppen. Angående Facebook netværket vil man kunne opleve dette udviklende sociale, for mennesket definerende, fællesskab i grupperne, men altså efter min mening ikke omkring statusopdateringerne og kommentarerne til disse, fordi der ingen gruppedannelse eksisterer, men kun parallelt eksisterende netværk af *venner* med enkelte sammenfald. Følelsen af fællesskab refererer således ikke tilbage til et fællesskab, til en substans, hvad enten man lurker eller er aktiv, men kun til spredt kommunikation på denne den langt mest udbredte del af Facebook. Paradoksalt nok er denne para-sorogat-socialitet øjensynlig sund for psyken om ikke andet så på kort sigt, da der er vist en positiv korrelation mellem

deltagelse i Facebook og indikatorer på social kapital (Ellison, Steinfield & Lampe 2007).⁶

Facebook, der også sammen med bl.a. Twitter, kaldes for *micro blogging*, ses måske bedst som bestående af mange små weblogs, der gennem venskabssystemet er forbundet med et forskelligt antal af andre små weblogs. Facebook rejser også mange af de samme problemstillinger som weblogs (Tække 2005). Således spænder de enkelte profiler lige fra at være egentlige massemedier til at være egentlige interaktionsmedier. De spænder fra at have hundrede af tusinde *venner* eller fans til at have ganske få *venner*. Uanset om der faktisk er mulighed på Facebook for at komme med kommentarer, så er dem med de ekstremt mange *venner*, at regne som A-bolgs, altså de blogs der har mange indkommende links, men ingen eller kun få udadgående. Alligevel er der noget grundlæggende ensartet for alle blogs og Facebook profiler, nemlig at de, når personerne der holder dem, meddeler sig må tænke som en massemedieorganisation. Dog er der her igen en difference mellem om man har tusinder af *venner* eller ganske få, nemlig at modtagergruppen må tænkes mere eller mindre bred. I begge situationer må man selvfremskille sig så man kan skabe og opretholde tillid til sin person gennem en konsistent selvfremskillingshistorie (Tække 2006, 2007). Har man kun få *venner* kan det være nemmere at leve op til forventningerne, mens man må være mere klar i selvfremskillingen hvis man har mange fans, som man må tilfredsstille ved episodisk at fremskille nye meninger på en forventelig måde, der altså harmonere med hvad man gennem tidligere bidrag har stillet i udsigt. Selv om man ikke har vildt mange *venner*, måske 50 eller 100, så kan der imidlertid stadig være problemer ift. forskellige modtagergrupper. For de flestes vedkommende vil *vennerne* bestå i forskellige typer af *venner*, som familie, nye venner, gamle venner fx, skolekammerater, nuværende og tidligere kolleger, venner fra fritidsaktiviteter etc. Indenfor hver af disse grupper vil der igen for manges vedkommende være en diversitet, der udmønter sig i forskellige forventninger til ens person. Da dette i sagens natur er umuligt må man anlægge en stil, som man dels kan stå inde for og

⁶ Jeg vil gå videre I denne diskussion i mit paper: 'Facebook: a falss sense of community' på AoIR konferencen i Götteborg efteråret 2009.

dels kan leve op til, dvs. at man er i stand til igen og igen at kunne formulere sig, skrive sig til den eksistens og personlighed som man nu har slået an (se Luhmann 1999b kap 6 og 8). Under dette identitetsarbejde må man dog huske på at 90-9-1 nok skal tages med et gran salt på Facebook, eftersom man nok ikke skal regne med lige så mange lurkere som antallet af *venner* lover. Det er muligt at unfriende (ophæve *venskab*), med et enkelt klik og uden dette bliver noteret på anden måde end at man lige så stille forsvinder fra hinandens netværk. Dette er en relativ smertefri måde at droppe, eller at blive droppet på, der bevirker at man nemt kan være selektiv med hvem man har som *venner*.

Ejerskab til indhold og medie (kanal) (se Jensen 1999) er sådan i Facebook, at firmaet bag ejer mediet og dertil har brugsret til det indhold der produceres og uploades. I praksis er det, hvis ikke man tager en socioøkonomisk, politisk, retslig eller lignende vinkel, uden betydning et langt stykke med deres brugsret til indholdet, man opdaterer sin status, chatter, kommenterer osv.. Dog må man huske på at firmaet, samt deres tusinder af samarbejdspartnere, i forskelligt omfang åbner for adgangen til ens oplysninger, ytringer og netværk af *venner*. At firmaet ejer selve mediet betyder at det løbende ændrer Facebooks interface og funktionaliteter uden anden involvering af brugerne end firmaet selv ønsker.

At Facebook må ses som et netværk, betyder at mediet danner en lille verden (se fx Rasmussen 2008), hvor man kan henvende sig direkte til alle sine *venner* og spørge om informationer, tjenester, reklamere, invitere etc. Hertil kan man også spørge, om der fx er nogen der i deres netværk har en *ven* der bor i en bestemt amerikansk by, hvortil man har tænkt sig at rejse og gerne vil have førstehånds oplysninger eller hjælp i forhold til.

Tid

Dette parameter iagttager ud fra distinktionen reversibel] irreversibel. Spørgsmålet er om tiden opfattes lineært fremskridende, men punktuert, eller som en vedvarende mulighed for at opleve og altså med muligheden for modifikation (Tække 2006). I mange internetfællesskaber må man vedvarende opretholde sin identitet ved at komme med nye indlæg. Mest ekstrem er chat, men det gælder også

weblogs, hvor man ideelt set må skrive et nyt indlæg hver dag, men hvor historien bestående af tidligere bidrag, som punkter i tiden glider bagud. Grundlæggende i parameteret er dog distinktionen mellem fortid] fremtid, hvor nuet er det blinde punkt, eller kort og godt distinktionen. Under dette parameter er også distinktionen mellem om kommunikationen er synkron] asynkron, hvor det nærsynkrone hæfter sig på ydersiden af distinktionstegnet. Hvor internetkonferencer fx på Skype er synkrone, mailinglister og weblogs er asynkrone og chat er nærsynkront. Igen byder internettet på alle muligheder, men også på alle muligheder for i forskellige applikationer at sætte begrænsninger op.

Facebook giver i sit nyeste design mulighed for såvel nærsynkron som asynkron kommunikation. Den nærsynkrone ses i form af chat-funktionen, den asynkrone ses som statusopdateringer, kommentarer og meddelelser mm. Hvis Facebook også får indbygget en skype-funktion, som fx Google Gmail har gjort, vil de dække alle tre former - og det er nok kun et spørgsmål om tid før det sker.

De statusopdateringer man kommer med er ikke mere irreversible end man kan gå ind og slette dem, men andre vil dog måske have en hukommelse om dem, og måske ligefrem bide særligt mærke i hvis en statusopdatering fjernes. Opdateringer kommer ofte i et flow, hvor standpunkter kan revideres, bearbejdes ud fra kommentarer, eller egne refleksioner og giver derfor mest indtryk af et medie, der er mere for reversibel kommunikation end manifeste, der bliver stående. Der har kørt en længere polemik om ejerskabet til de informationer, billeder og fx meddelelser man lægger ind og skriver på Facebook. Firmaet ejer egentligt ikke billederne, men det står på retten til at anvende materialet til hvad det vil, og dette i al evighed. Firmaet kan fx redigere, omformatere og sælge fotografier videre til andre. En konsekvens dette har for brugeren, er at man selvom man sletter sin profil, faktisk ikke kan slette den fra Facebooks arkiv, men dog bevirke at andre brugere ikke kan tilgå den. En fordel her er at man kan vække den til live igen med *venner* og det hele, hvis man alligevel beslutter sig for at bruge Facebook.

Som jeg var inde på under parameteret direktionelitet, ligger der en vis tvang til, når man først er begyndt at opdatere sin Facebook profil, at fortsætte med dette.

Hvis altså man vil opretholde den identitet man har opbygget på Facebook, må man vedvarende komme med statusopdateringer. Hvis også man vil have andre til, at kommentere på ens opdateringer, så må man regne med en vis reciprokaltitet, således at man så også må gå ind på deres profiler og kommentere på statusopdateringer, eller skrive på deres væg. Her kommer ens færdigheder virkelig på prøve, eftersom man meningsfuldt må være i stand til at knytte an til andres statusopdateringer.

Nuet gives således på Facebook som i alle andre af livets forhold; man har i sin fortid skabt forventninger til ens fremtidige selvfremstilling. Men på Facebook er der, som det er tilfældet med andre internetmedier, et særligt pres hvis man vil forblive den man har slået sig op til at være, da man så at sige, hele tiden må skrive sig til eksistens. Offline har man sin krop til at holde pladsen i det sociale for sig, men dette er ikke tilfældet med profilen (avatar) i Facebook. Bare fordi den er der, bliver den ikke set, hvis ikke nogen direkte og bevidst søger efter den – kun når man opdaterer sin status og man for en periode figurerer på væggen er man synlig. Når hertil lægges det sociale krav til konsistent selvfremstilling over tid, bliver det tydeligt at mediet er socialt krævende. Hertil må det på denne baggrund også fastslås, at Facebook tenderer mod det nærsynkrone. Man må ikke bare kunne knytte an kommunikativt og have *venner*, men også være vedvarende aktiv, for at reproducere sin identitet på Facebook og holde sit netværk *varmt*.

Lagring

Dette parameter kan ses som et der iagttager ud fra distinktionen rumbias] tidsbias. Et medie har tidsbias hvis det, eller dets indhold, er svært at transportere og også tenderer mod, at være svært eller umuligt at opdatere, så det virker konserverende på det sociale. Et medie har rumbias hvis det, eller dets indhold, er relativt let at transportere og opdatere, så det virker destabiliserende på det sociale (Innis 1991). Internettet har et stærkt rumbias, informationer opdateres med lysets hast samtidig, men forskelligt forskellige steder. Facebook er en form for laringsmedie, der på samme tid opfordre til opdateringer. Som allerede nævnt så gemmes ens profil, selvom man nedlægger den, så den senere kan vækkes igen, og firmaet

Facebook også stadig, formentlig, kan benytte ens informationer. Hertil ligger ens ytringer og ikke mindst fotografier lagret og dermed tilgængeligt så vel nu som i kommende tider.

Genfinding

Dette parameter iagttager ud fra distinktionen relevant | irrelevant. Evolutionen af tekniske kommunikationsmedier er også historien om løskoblingen af genfinding fra interaktion, geografi, hierarki, begrænset antal kopier etc. Med de digitale medier og den immanente konsultative interaktivitet, bliver tekstbaseret søgning propeleret ud som en almindelig del af enhver internetbrugers hverdag. Det digitale medies funktionelle arkitektur kan simpelt hen beskrives som en søgestruktur (Finnemann 1999, Tække 2006).

Facebook har en integreret søgefunktion, der bevirker at man hurtigt kan finde personer, foto, grupper mm. Vennesystemet bevirker dog at man er afholdt fra, at kunne se hvad ikke-venner har skrevet, hvortil man via muligheden for at inddele *venner* i forskellige kategorier, med forskellige adgangsmuligheder kan afgrænse fx kolleger fra at se ens fotografier. Firmaet Facebook kan imidlertid selv søge i alt, og de har som tidligere sagt, tildraget sig brugsretten til alt materiale der er lagt ud. Da alt der er lagt ud, i princippet gemmes for altid, og da der dels er hacker-software, der kan åbne alle profiler, og da ens deltagelse i forskellige aktiviteter dels åbner ens profil, er der altid risiko for at materiale, der er ment som privat, bliver offentligt kendt. Som følge heraf, må man nok i realiteten regne alt der uploades og ytres i Facebook som offentligt, og undgå at materiale finder vej til Facebook, som man ikke er interesseret i kommer til alment kendskab. Her spiller den såkaldte *tagging* en særlig rolle, da man kan blive tagget af andre personer, der uden ens samtykke lægger et, måske uheldigt fotografi ud på sin egen Facebook profil, men via den indbyggede tagging software, koder fotografiet sammen med ens navn, samt uploader det på sin egen profil. Man skal altså passe på med Facebook, da mediet på denne måde bliver medie for en slags overvågning. Overvågningen på Facebook er dog mest en frivillig selvudlevering af data, som man med et begreb fra Albrechtslund (2008), kan kalde *participatory surveillance*. Begrebet søger at indfange de spor, vi helt frivilligt afsætter digitalt: Man registrerer via sin

statusopdatering, ikke bare hvad man rent faktisk laver og hvor, men også hvornår. Hertil kan fotografier og udtalelser på Facebook muligvis kompromittere én, enten senere i livet eller i forhold til ens arbejdsplads, da den *digitale persona* ikke er til at udslette, men følger med som selvfremsstillingshistorie. Den konkrete overvåger er skiftet ud med computersystemer, der gennem lagring af aktivitet mv., skaber det selv som andre kan iagttage, uafhængigt af os og vores til enhver tid givende meninger om os selv: "We do not produce our databased selves, the databased selves produce us." (Simon 2005: 16).

Remediering

Dette parameter iagttager ud fra distinktionen mellem kommunikation i det ene medie] kommunikation i et andet medie. Det udgør i sig selv et alt for stort emne til at kunne tages op her, men man kan tænke på McLuhans aforisme: The medium is the message. Det mest berømte eksempel er at biblen har givet forskellig resonans i samfundet i forskellige medier (se fx Meyrowitz 1985, 16). Digitale medier er de første, der både gør meddelelser mulige at percipere udenfor naturlig fysisk interaktionsradius, og samtidigt muliggør lagring af dem i den samme form (Aarseth 1993). Dertil kan alle tidligere tekniske kommunikationsmedier remedieres i digitale medier med enorme konsekvenser for samfundet, tænk fx på musikindustrien der må slås med, at man stort set gratis kan hente deres produkter på internettet.

I Facebook remedieres det sociale der er mellem venner, kolleger og familie, hvilket betyder at disse relationer og begreber også omformes og omdefineres. Når det sociale nu *også* reproduceres i Facebook, spiller dette medie ind med et særligt sæt af muligheder og begrænsninger for det sociale. Jeg har gennem denne artikel søgt at kursivere ordet 'ven' hver gang jeg har brugt det i betydningen Facebook-ven, da der er forskel på at være venner i normal forstand og så på Facebook (se Boyd 2006). *Venner* er ikke bare venner mere, men nogle der er grupperet sammen med andres bekendte, familiemedlemmer og kolleger. Dette betyder bl.a. at der skubbes til balancen mellem frontstage og backstage (Goffman 1959) og at en større

middlestage (Meyrowitz 1985)⁷ trænger de to andre scener tilbage. At man nu kan se sine *venner* i samtale med andre, som man ikke normalt kan iagttage dem i samtale med trænger backstage: Det som før fx var forbeholdt rigtige venner, eller familie, eller kolleger bliver nu gennem statusopdateringer og kommentarer kundgjort for alle. Samtidig med at frontstage på denne måde vokser, er dette ikke en helt rigtig frontstage, da Facebook som tidligere anført ikke er et fællesskab, men et netværk, der fx ikke giver adgang til hvad jeg giver af kommentarer på statusopdateringer fra dem du ikke er *ven* med. Begrebet middelstage (ibid.) beskriver de tilfælde hvor medier bevirker, at man nu kan iagttages fra flere forskellige typer af relationer samtidig, og derfor må inddrage dele af backstage-informationer i sit rollespil, for at være konsistent i sin selvfremstilling. Dette fordi personer med dybere kendskab til én, eller med kendskab fra forskellige sider og dele af ens selvfremstillingshistorie nu kigger med på én gang, når man meddeler sig, fx til en kollega.

Når det psykiske ses som omverden til det sociale, bliver det klart at særligt den del af facebooksocialiteten, der omhandler statusopdateringer stiller store krav til den personlige refleksivitet. Man må etablere det jeg har kaldt *et refleksivt distanceret selv* (Tække 2007), et selv der hele tiden er hyperreflekteret om hvilken social situation det er i, og med hvem og med hvilke gældende normer og succeskriterier. Dette forhold spiller tilbage på det sociale således, at venskabet nu må rumme et nyt forhold, mellem hvad den anden holder skjult og deler med andre. På den ene side holder den anden noget tilbage, han plejer at dele med én og samtidig viser han dele af sig selv, fx holdninger, der ikke normalt er del af relationen. Denne ændring må tilskrives den særlige genre for kommunikation, der er under udvikling i kølvandet på Facebook og lignende medier. Venskabet bliver mere glat, fattigt og overfladisk ved at blive delt med alle de andre *venner*, men samtidig mere adækvat med helheden af hvordan man alt i alt omgås andre.

Jeg vil gerne understrege at disse, mine refleksioner over evolutionen af intime relationer, ikke følger en form for normativt givet mønster, som jeg her skildrer. Udviklingen styrer, så at sige sig selv, indenfor det mulighedsrum medierne

⁷ Meyrowitz taler egentligt om *sidestage* eller *middle region*.

giver det sociale. På den anden side synes det uomtvisteligt, at venskaber og andre nære relationer såsom kærlighedsforholdet er under ændring, som følge af den høje sociale aktivitet i det rum som Facebook giver.

I takt med at venskaber på ovennævnte måde synes at udvikle sig mod, at være mindre intime og personlige, vokser til gengæld nærheden til alle de andre der kigger med som ens *venner* på Facebook. Eftersom Facebook er medie for online kontakt mellem personer, der kender hinanden offline, må der være en grænse for hvor mange *venner* man kan have før man bliver useriøs, eller en *micro celebrity* som Danah Boyd kaldte fænomenet, da jeg diskuterede det med hende i forbindelse med denne artikel. Det er min ganske uvidenskabelige fornemmelse, at det virker cool at have mindst 200 *venner*, men omvendt ikke særlig cool at have meget mere end 400. At have så mange *venner*, virker som om man samler alle mulige ukendte personer, fordi man søger at blive, eller være en *micro celebrity*, hvilket man må betegnes som hvis man kommer op omkring de 700 *venner*. At komikere, politikere og fx også nogle af mine kolleger begynder at have tusinde af *venner*, betyder at de går, fra at anvende Facebook, som andre dødelige - for at netværke med venner, kolleger og familie - til at bruge Facebook som massemedie overfor en skare af fans. Dette kan dog give problemer, som det fx vises i romanen *Manifest*, hvor forfatteren faktisk på vegne af hovedpersonen, begynder at kommunikere med rigtige danske politikere og samtidig, lader hovedpersonen skrive terroristagtige ting på sin profil. Dette er jo langt ude, da en politiker jo måtte ansætte et helt hold, hvis alle de tusinder af *venne*-profiler skulle kontrolleres løbende.

Også andre forhold påvirkes af remedieringen af det sociale på Facebook. Ikke mindst det før beskrevne skift fra kommunikation i fællesskaber til kommunikation i netværk. Hertil skriver Boyd (2008), fx om hvordan børn og unge i Bibelbæltet i USA nu i fritiden, hvor de ikke må gå ud i det *farlige* samfund, alligevel kan være sammen og hænge ud med hinanden på Facebook.

Også på samfundsplan virker det til de digitale medier giver anledning til social evolution (Castells 2003). De sociale medier spiller også ind i denne sammenhæng. De mange interaktioner på det sociologiske mikroniveau er jo sådan set dem der producerer og reproducerer det sociologiske makroniveau (Tække

2006). Spørgsmålet er om selve den funktionelle differentiering af samfundet imploderer, som følge af netværkenes stigende udbredelse. I det funktionelt differentierede samfund produceres og reproduceres forskellige funktionssystemer hovedsageligt i organisationer, som fx politik i politiske partier, økonomi i firmaer, viden på universiteter etc. En betingelse for at samfundssystemet *kører* er at funktionssystemerne er lukkede overfor hinanden i sagsdimensionen, således at man ikke kan købe videnskabelige resultater, eller politisk beslutte hvad der er sandt, og at man som videnskabsmand ikke ved påberåbelse af sandhed kan bestemme en lov osv. Altså en form for antitotalitær samfundsorden. Det er denne samfundsorden, der måske er under pres af netværkene, hvor organisationsmedlemmer måske netop pga. netværkssamhørigheden med andre personer kommer til at blande tingene sammen. Nepotisme har måske overvintret fra den forrige samfundsdifferentiering (den stratifikatoriske) i middelalderen, hvor man altid ansatte folk pga. tilhørsforhold og kun undtagelsesvist pga. kvalifikationer. Men selve organisationsstrukturen, der er koblet til den funktionelle differentiering og muliggør denne, ved i modsætning til funktionssystemerne at være åben i sagsdimensionen og lukket i socialdimensionen, er nu i fare. Dette fordi organisationerne åbnes i socialdimensionen eftersom alle medlemmer efterhånden har stærkere og stærkere tilhørsforhold til deres netværk. Facebook er netop et medie der understøtter netværk, og derfor kan mediet ses som risiko for organisationernes lukkethed i socialdimensionen, hvor det kræver medlemskab at deltage. Om det er en reel risiko er det dog svært at sige på nuværende tidspunkt, men allerede før de sociale medier pegede Luhmann (2002b) på at netværk er en trussel for det nuværende samfundssystem.

Form

Dette parameter iagttager ud fra distinktionen mellem form] medie og er altså et reentry af iagttagelsesformen ind i sig selv. Det lingvistiske alfabet kan kun bruges til at give lingvistiske repræsentationer, mens det *informationelle* (det binære) kan repræsentere multiple semantiske regimer (både fonetiske, alfabetiske,

piktografiske og musiske regimer – og endda samtidigt). Altså er computeren en multisémantisk maskine (Finnemann 1999).

Facebook spiller på alle de strenge som det digitale medie åbner for, eller det vil sige, at firmaet virker åbent for at integrere alle kendte og succesfulde kommunikationsformer i designet af Facebook - og det er nok kun et spørgsmål om tid før man også kan have videosamtaler på Facebook, som vi kender det fra Skype. I modsætning til fx MySpace har Facebook et strengt og enkelt design, som der ikke er mulighed for at personalisere. Man kan ændre sit profilfoto og indholdet i det man skriver, men ellers ikke ændre noget på formen. Da alle profiler, grupper og events er ens, behøver man aldrig at bruge tid på at afkode et opslag på Facebook. Omvendt kan det virke lidt fattigt, at man ikke kan personalisere sin profil. Virkningen ved denne ensartethed er en høj grad af genkendelse, overskuelighed og dertil at alle på denne måde er lige – ingen kan via programmeringsmæssige færdigheder fremstå mere glimrende end andre. Det ensartede og enkle design bevirker også en høj grad af brugervenlighed og derfor også, at der kan være så forholdsmeget høj funktionalitet, fx forskellige muligheder for at interagere. I betragtning af den udbredelse som Facebook nyder, må det konkluderes at deres satsning på et enkelt design, med stor funktionalitet har været en succes. Udbredelsen bevirker at selv finesmeckere, der ellers bedst kan lide MySpace og andre medier hvor de selv kan skulpturere deres digitale fremtrædelse, også må anvende Facebook hvis de vil være med der hvor hovedparten af deres kolleger, venner og familie er.

Rum

Dette parameter iagttager ud fra distinktionen mellem geografisk rum | cyberspace. I den mediesociografiske indfaldsvinkel siger denne distinktion noget om menneskets kolonisering af det geografiske rum via cyberspace. Med McLuhans (1967) begreb om den globale landsby, kan vi indføre distinktionen global | lokal til at iagttage internettet. Med internettets allestedsnærværenhed skrumper verden også offline og nye interesseorganisationer, tendenser, meninger etc. opstår på tværs af gamle nationalgrænser. Med distinktionen online | offline bliver det også tydeligt

hvordan internettet kan ses som blot *støtterum* for organiseringen af offline aktiviteter.

Facebook giver mulighed for at have kontakt med, ikke bare dem vi omgås nu, men også med de mange mennesker vi har kendt på forskellige tidspunkter af vores liv, men som vi nu bor langt fra, eller bare ikke i det geografiske rum omgås mere. Det er et medium der langt overvejende bruges til kontakt med offline relationer (Ellison et al 2007, Boyd & Ellison 2007). Dette er forskelligt fra fx internetfora og nyhedsgrupper, hvor fællesskaber bestående af som oftest personer, der ikke kender hinanden udenfor internettet, diskuterer (se Tække 2006). Personligt oplever jeg Facebook som et medie hvori det er muligt at holde kontakt med de forskere jeg møder på konferencer. En del af dem er jeg i samme mailingliste som, men sådanne medier som mailinglister, giver *fællesskaber* og derfor hører jeg kun fra kolleger, hvis de har noget at fortælle alle. Omvendt så kan jeg godt skrive personlige mails til kolleger andre steder i verden, men det er også så seriøst igen, hvor man virkelig skal have noget på hjertet før man henvender sig. Her er Facebook et smart medie, idet det understøtter at *jeg* netop får tilgang til *mit* netværk og kan se statusopdateringer fra de personer som det består af. Dette netværk er bygget op af folk fra mange forskellige discipliner indenfor systemteori, medieteorier, sociologi, internetforskning, filosofi mm., samt også nye og gamle personlige venner, nuværende og tidligere kolleger og familiemedlemmer. Alle disse personer, eller langt de fleste af dem, har kun mig som relation mellem hinanden og udgør som tidligere nævnt ikke indenfor Facebooks funktionalitet et fællesskab, men kun et netværk. Dette er den måde Facebook fungerer på, og styrken er, at alle de som er mine *venner* kan se mine statusopdateringer og kommentere på dem eller bare se dem, svagheden er at jeg ikke ved hvor mange af dem der gør det. Men uanset om de ofte eller sjældent ser på Facebook, så er der etableret en længerevarende relation, takket være dette medie hvori man let kan følge hinanden i netop det omfang, som man gider eller synes er relevant.

Om jeg direkte kan aktivere mit netværk vil jeg sætte spørgsmålstegn ved, mine hands-on erfaringer er, at jeg et par gange har inviteret til offentlige arrangementer via Facebook. Dels bor rigtig mange af mine *venner* rigtig langt borte,

dels ser det ud til at omtrent en tredjedel slet ikke bemærker invitationer og sidst men ikke mindst, så er der stadig rigtig mange der ikke anvender Facebook. Men der er alligevel ingen tvivl om, at Facebook er et medie der online understøtter og hjælper med at organisere aktiviteter offline.

Det geografiske rum er krympet endnu en gang, og denne gang i form af et medie der lader os samle store dele af vores netværk i et og samme medie. Et medie der giver vide muligheder for interaktion, men også mulighed for bare at følge andre lidt på afstand. Et medie der fx giver unge i USA mulighed for at være sammen, når ikke de må gå ud og mødes uden for skoletiden. Et medie der kan holde sammen på den gamle gymnasieklasse, eller hjælpe med at holde kontakten til de gamle kolleger. Men også et medie der skilter med at være et fællesskab uden at være det, et medie der kan give en følelse af samvær der ikke er belæg for, et medie der kan drage ens opmærksomhed væk fra det nære fysiske rum ens krop er i ved siden af andre mennesker samme sted. Et medie der er en tidsrøver, som man skal passe på ikke tager opmærksomheden væk fra ægte fællesskaber.

Afslutning

De ni parametre, der tilsammen i *Mediesociografi* hævdes at beskrive et givent medies kommunikative rum, kan som et net af distinktioner kastes ud over et medie for at iagttage det sociologisk. Ud fra de ni parametre kan man mao. iagttage mediets sociale potentialitet, samt hvad der aktualiseres af denne potentialitet. Det er dog kun den aktuelle potentialitet der kan iagttages og ikke en universel potentialitet.

Facebook er, for at samle op, gratis for den del af menneskeheden der allerede er online. Det er ikke umanerligt svært, men man skal ikke tage fejl, mange indforståetheder udveksles og kan være særdeles svære at knytte an til, og som dyslektiker eller funktionelt analfabet er man helt selekteret fra. Facebook giver så at sige alle muligheder for at sende og modtage meddelelser, men også ligeså mange muligheder for at hindre andre i at se hvad man meddeler og i at meddele sig til én. Med den store udbredelse i Danmark er det faktisk rigtigt mange af ens venner og bekendte man kan meddele sig til gennem dette medium.

Remedieringen af venskabet i Facebook fordrer dog en øget selvrefleksivitet, da selvfremsstilling nu må inkludere refleksioner over, at personer fra forskelligartede relationer nu kan følge med i ens ytringer. Dette er nødvendigt hvis man vedvarende vil opretholde en adækvat selvfremsstilling, dvs. et selv der ikke med sine ytringer modsiger hvad det har skabt af forventninger til sig selv.

Hertil er Facebook et glimrende lagrings-, billededdelings- og genfindingsmedium, om end den hårde kapitalistiske styring af firmaet Facebook, med minimal brugerstyring og den etisk problematiske *brugsret* over brugernes videoer, billeder og kommunikative ytringer, samt salg af personlige oplysninger, virker mildt sagt uvenlig. Facebooks kvalitet som kommunikationsmedie står dog til trone og understøttes også af, at det såvel er muligt at kommunikere nærsynkront som asynkront. Man kan dog nemt spille sin tid i dette medium, da mange af de statusopdateringer man kan læse, blot har pladsopfyldende funktion, dvs. at de egentligt bare kommunikerer: *jeg er her stadig*, gennem mere eller mindre fjollede eller ligegyldige ytringer. Netop dette *fjolleri* kan der dog, om end det kan være vigtigt for offline relationer, samt for enkeltpersoners følelse af inklusion i det sociale, være grund til at bekymre sig for, da Facebook ikke udgør et fællesskab. Facebook kan beskrives som manifestationen af multiple simultant eksisterende og integrerede netværk mellem *venner*, men altså ikke som et fællesskab, eller som multiple simultant manifesterede fællesskaber.

På mikroplan betyder dette, at man ikke i en gruppe får feedback på sin selvfremsstilling og identitetsforslag, eller på ideer, meninger, holdninger osv. På makroplan betyder det en øget risiko for etableringen af et egentligt netværkssamfund, der i forvejen er blevet hjulpet godt på vej af digitaliseringen (Castells 2003). De mange små netværk risikerer at underminere de demokratiske fællesskaber, hvor de stærke, i samfund som det danske, gennem de sidste generationer er blevet holdt i en form for forpligtende social inklusion. Hvortil fragmenteringen af de sociale fællesskaber (netværksformen) til peer-to-peer relationer ikke virker til at være kompatibel med samfundsmæssig debat og refleksion over, og dermed udvikling af, den offentlige mening.

Ud fra Habermas (1997) kan man sige at den borgerlige offentlighed får sit endelige dødsstød, når ikke mere debatten kan foregå i kaffeklubbernes afløsere, altså i onlinefællesskaberne, men i lukkede og ikke samstemte netværk. Det vil så ikke mere være den kommunikative handling, der i fællesskaber driver samfundet mod konsensus og bedre dage, men frit spil for den strategiske og instrumentelle handling. Ud fra Luhmann (2000) kan man sige at netværksformen gentotaliserer samfundet, så det igen bliver middelalderligagtigt, da disens ikke mere vil kunne udvikles i funktionelt uddifferentierede, men kommunikativt åbne systemer.

Men ingen kan vide om ikke fællesskabet om at bevare fællesskabet stadig er så stærkt forankret i massemedierne, onlinefællesskaberne, familierne, organisationerne, parlamenterne osv. så Facebook blot som endnu en avatar for vores ego, lader os eksternalisere vores vilje og lyster i cyberspace, i mere eller mindre prosaisk øjemed, om end den følelse af fællesskab Facebook kommunikation giver, ikke har noget belæg.

Litteratur

Albrechtslund, Anders 2008: *In the Eyes of the Beholder*. Ph.D.-afhandling Aalborg Uni.

Institut for kommunikation og psykologi.

Andersen, Peter Bøgh (1998): *WWW as self-organizing system*, *Cybernetics & Human Knowing*, vol. 5, no. 2.

Anderson, Benedict (2006). *Imagined Communities* (New ed.). London, New York: Verso. [1983].

Aristoteles (1947): *Physica*. Works of Aristotle, Oxford at the clarendon press.

Baecker, Dirk (2000): *Networking the Web*, Christoph&Keller (eds.): *Understanding the Impact of Global Networks on Local Social*, Baden-Baden (Nomos)

Baym, Nancy (2000): *Tune in Log on*, Sage Pub., Inc. California.

Blanchard, Anita L. & Markus M. Lynne 2004: *The Experienced "Sense" of a Virtual Community: Characteristics and Processes*. In *The DATA BASE for Advances in Information Systems - Winter 2004 (Vol. 35, No. 1)*

- Boyd, Danah Michele 2008: Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics. PH.D.-afhandling hentet den 30/11-2009: <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>
- Boyd & Ellison 2007: Social Network Sites: Definitions, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1).
- Boyd, Danah 2006: Friends, Friendsters, and MySpace Top 8 *First Monday* 11:12, December. http://www.firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/index.html
- Castells, Manuel 2003: *Netværkssamfundet og dets opståen*. Hans Reitzels Forlag A/S København.
- Danmarks Statistik 2009: Befolkningens brug af internet 2009. www.dst.dk/it
- Goffman, Erving 1990: *The presentation of self in everyday life*. England. Penguin Books. [opr.1959].
- Ellison, Steinfield & Lampe 2007: The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4).
- Finnemann, Niels Ole 1997: *Kommunikative rum. Om mediesystemet og andre systemer med variable parametre*. Center for kulturforskning. Aarhus Uni. Denmark.
- Finnemann, Niels Ole (1999): Modernity Modernised, Mayer 1999. *Computer Media and Communication*, Oxford uni. Press.
- Fuchs, Christian (2008): *Internet and Society*, Routledge, New York.
- Jacobs, Stephen. (2007): Virtually Sacred, *Journal of CMC* 12 (2007) 1103-1121.
- Habermas, Jürgen 1997: *Teorien om den kommunikative handling*. Oversat i uddrag af John Cederstrøm. Aalborg Universitetsforlag og Institut for pædagogik og uddannelsesforskning , Danmarks Lærerhøjskole.
- Hougaard. Tina Thode, 2004: "Det simultane skriftsprog - en undersøgelse af chatsproget med udgangspunkt i teorier om skrift og tale" in *Ph.D.-afhandling Nordisk Institut Aarhus Universitet*.
- Innis, Harold (1991): *Bias of communication*. University of Toronto Press. [1951].
- Jensen, Jakob Linaa 2009: Fra onlinefællesskaber til onlinenetværker. i *Mediekultur* vol 46, *Journal of media and communication research*.

- Jensen, Jens F 1999: 'Interactivity' - Tracking a New Concept in Media and Communication Studies. I *Mayer. Paul A. 1999. Computer Media and Communication. Oxford uni. Press GB. P. 160-188.*
- Luhmann, Niklas 2002a: *Massemediernes realitet*. Hans Reitzels Forlag. København.
- Luhmann, Niklas 2002b: Inklusion og eksklusion. *Distinktion*, nr. 4, 2002, 121-139 [1995].
- Luhmann, Niklas 2000: *Sociale systemer*. Hans Reitzels Forlag. Opr. 1984 Soziale Systeme.
- Luhmann 1999: *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Suhrkamp taschenbuch wissenschaft [1997].
- Luhmann, Niklas 1999b: *Tillid – en mekanisme til reduktion af social kompleksitet*. Hans Reitzels Forlag. København.
- Luhmann, Niklas 1998: Erkendelse som konstruktion. I *Mads Hermansen (ed) Fra en læringshorisont. KLIM. Århus* [1988].
- McLuhan, Marshall 1967: *Mennesket og Medierne*, Gyldendal København [1964].
- Meyrowitz, Joshua 1985: *No Sence of Place*, Oxford Uni. Press, USA.
- Nonnecke, B. & Preece, J. 2001: Why lurkers Lurk. presented at Americas Conference on Information Systems, Boston, 2001
- Jacob Nielsen's Alertbox, October 9, 2006: Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute. Taking from:
http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html
- Rasmussen, Terje 2008: *Nettverksformelen – Hvordan det sociale livet henger sammen*. Oslo Unipub.
- Roberts, T. L. 1998: Are newsgroups virtual communities? CHI 98 Conference on Human Factors in Computing Systems. Los Angeles, CA, 1998, ACM Press, pp. 360-367
- Rose, Nina 2005: *Mennesket i Strømmenes rum*, Speciale ITU, DiAC.
- Sarason, S.B. 1974: *The psychological sense of community: Prospects for a community psychology*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Smith, Marc A. 1999: Invisible crowds in cyberspace: mapping the social structure of the Usenet. In Smith, Marc A. & Kollock, Peter 1999: *Communities in Cyberspace*. Routledge New York.

- Spencer-Brown, G. (1969): *Laws of form*, George Allen and Unwin Ltd., UK.
- Tække 2007: *Selvets dannelse*, Paulsen&Qvortrup: *Luhmann og dannelse*. Unge Pædagoger, København.
- Tække 2006: *Mediesociografi*, Innovative Communication (InC), København. Også tilgængelig på: <http://person.au.dk/fil/17825022/mediesociografi>
- Tække, Jesper 2005: *Media Sociology on Weblogs*. (22 pages) presented at *the Sixth Annual MEA (Media Ecology Association) Convention, June 22 – 26 2005*. Fordham University, Lincoln Center Campus New York City. Available at: <http://person.au.dk/fil/17826307/weblogs.pdf>
- Tække 2002: *Cyberspace as a Space parallel to geographical space*. Qvortrup. *Virtual Space*, Springer, London.
- Aarseth, Espen 1993: *Postindustriell kulturindustri*. Rasmussen og Søby: *Kulturens Digitale Felt*. Aventura.