

# Nya Facebook och sammanträffandets autenticitet

september 27th, 2011 av Martin Berg - [Nya medier](#), [Relationer - Redigera](#)

Mannen på scenen presenterar sig som [Mark Zuckerberg](#) och har något uppenbart galet i sin blick när han öppnar upp konferensen [F8](#). Vi ska förändra universum, säger han och klargör att den autentiska identiteten numera står i centrum. En större öppenhet är att vänta och den delningskultur som ofta förknippas med Facebook är ingenting mot vad som komma skall. Det visar sig snabbt att mannen på scenen egentligen är komikern [Andy Samberg](#) och när den riktige Zuckerberg stegar in på scenen är det som om vi har har att göra med ett förkroppsligande av de omvandlingar som nätet har genomgått under senare år: från lekfull fejk till allvar och autenticitet.

Frågan är om detta underhållande spel om autenticitet var en slump eller kanske en skämtsam flirt med användare och medier. Eller var detta symboliska spel snarare en markering för att visa att kniven i det påhittade jagets hjärta hade vridits om och dragits ut en gång för alla? Även om Sambergs inledande imitation av Zuckerberg gav uttryck för en något överdriven bild av Facebook så är det svårt att bortse från att dess egentliga innehåll kanske har en möjlighet att förklara dess nuvarande status bättre än något annat. Skämtsamheter bottnar alltid i någon form av allvar och i just detta fall tror jag att den inledande parodin säger mer om den riktning Facebook kommer att ta än det mer städade och någorlunda professionella anförande som därpå följde.

Föreställningen om att det finns ett autentiskt jag är genomgående i den [design](#) som Facebook inom kort kommer att lansera (redan i dagsläget finns den som beta-version). Flertalet [nyhetsmedier](#) har rapporterat kring dessa förändringar och spekulerat i vad de kan tänkas komma att betyda. Viktigt att notera är det att förändringarna inte enbart rör sig på ett visuellt plan utan i allra högsta grad även på ett underliggande, mer strukturellt, plan. Förändringar som görs "front-end" är alltid något som upprör och som tycks ställa till det för människor. Det är ju fråga om förändringar i det sociala rum där en stor del av människors vardagskontakter äger rum. Att det samtidigt görs viktiga förändringar "back-end", det vill säga i de processer och mekanismer som hanterar människors [personliga data](#) – ungefär som ett stambyte i en fastighet – är något som bör uppmärksammas i minst lika hög grad.

Konferensen F8 ägde rum för fjärde året i rad och det är här Facebook visar årets viktigaste nyheter och förändringar. Vid årets konferens klargjorde Zuckerberg att tiden fram till idag har präglats av två huvudsakliga strategier: att få människor att ansluta sig till Facebook och att få dem att knyta sig till varandra. Med tanke på att dessa två mål numera är uppfyllda – Facebook har mer än 800 miljoner aktiva användare och för en tid sedan var fler än 500 miljoner personer uppkopplade mot detta nätverk under en och samma dag – är det dags för en ny riktning. Med ett eko av det kinesiska kommunistpartiets beryktade femårsplaner berättar därför Zuckerberg om hur de närmaste fem åren ska präglas av att de interaktioner och kopplingar som finns på Facebook ska fördjupas. Framtidens stora utmaning ligger i att på allvar använda alla de mellanmänniska band som har upprättats och för att förädla och fördjupa dem ska nu en ökad komplexitet i relationerna göras möjlig. Det ska inte längre enbart vara fråga om att "gilla" något för att på det sättet upprätta en relation därtill utan snarare ska det bli möjligt att klargöra vad för slags relationer vi har att göra med.

Det är viktigt att inte låta sig förledas av de [förändringar](#) som är visuellt tillgängliga eftersom de inte utgör något annat än toppen av ett isberg. De verkliga [förändringarna](#) återfinns under ytan och måste av nödvändighet betraktas som relaterade till något annat än den digitala altruism som Facebook gärna vill att vi uppfattar. Företrädare för Facebook hävdar ofta att företaget (och att det är fråga om just ett sådant kan vara värt att ha i åtanke) har en mission som går ut på att göra världen öppnare och mer sammankopplad. Hjärtat av de mekanismer som gör detta möjligt återfinns i det protokoll som går under namnet "[open graph](#)" som i kommande version syftar till att röra världen mot ytterligare öppenhet. Till skillnad från den tidigare varianten av Facebook där objekten stod i centrum har vi nu att göra med ett system där relationerna premieras och lyfts fram som dess främsta byggsten. Till substantiv har det nu lagts verb för att beskriva sociala skeenden och rörelsen mot en allt mer förfinad förståelse av våra handlingar är på allvar satt i rullning.

Viktigt att notera i det här sammanhanget är att den här typen av komplexitet i de sociala relationer som upprättas på Facebook i olika avseenden kommer att skötas per automatik. En rad externa tjänster, inte minst [Spotify](#), låter numera information flöda till Facebook för att på det viset nå större social spridning och, i slutändan, användning. Det blir inte längre nödvändigt att behöva anstränga sig för att dela information på

Facebook om ett musikstycke som strömmar ur ens högtalare eller en bok som läses digitalt. Detta vet redan Facebook och delar med glädje denna information till dem som ingår i ens personliga nätverk. Härigenom antas det bli möjligt för användare att finna oväntade mönster och råka ut för spontana sammanträffanden. Självpresentation blir helt plötsligt en fråga om att inkludera en rad andra faktorer (och aktörer) än vad som tidigare har varit fallet. Nya typer av relationer kan upprättas och det blir möjligt att få kunskap om en individ utifrån inte bara vad hon eller han säger utan framförallt utifrån vad han eller hon gör.

Det nya Facebook bottnar i en tro på en autentisk identitet där handling och stabilitet står i centrum. Vi ska dela med oss av vad vi gör, vi ska få ta del av vad våra vänner gör och på intet sätt ska det finnas något rum för lekfullhet eller ren och skär lögn. Genom att i ökad grad dela med oss av vad vi gör antas nya relationer uppstå och kanske även någon form av igenkännande grundat i ett slags sammanträffandets logik. Zuckerberg förklarar i sitt anförande att Facebook består av tre visuellt tillgängliga delar: användarnas berättelser, deras appar och ett nytt sätt att uttrycka vem man är. Det är inte längre fråga om att formulera en fyndig statusuppdatering som med ett enkelt knapptryck kan tas bort eller redigeras utan istället vill Facebook erbjuda ett helhetsgrepp om användarnas person. Allt som görs positioneras längs en personlig livslinje där det blir möjligt att markera vissa händelser som viktigare än andra samtidigt som det som upplevs vara mindre viktigt kan döljas. På så sätt blir det möjligt att låta självpresentationen röra sig över tid och med tanke på att det blir möjligt att fylla denna linje med innehåll efter tycke och smak påpekar Zuckerberg att detta är "exactly how you want to browse through time". Frågan är dock vem som vill bläddra i vems tid.

[Tidslinjen](#) innehåller härutöver en rad funktioner som, till skillnad från statusuppdateringar, bygger på en hög grad av automatik. Genom tjänsten "reports" samlas information från appar av olika slag (till exempel Places, Spotify och Foodily) som för den som vill dela med sig av information till Facebook om var du befinner dig, vad du lyssnar på eller lagar till middag. Överlag hävdar Zuckerberg att dessa omvandlingar av Facebook syftar till att skapa en förutsättning för att "express who you are" samtidigt som tidslinjen kan fungera som "a place that you are proud to call your home". Det senare hävdas vara möjligt genom möjligheten att låta den personliga profilen prydas av ett stort personligt foto. Det tycks som om gränssnittet och det visuellt tillgängliga närmast används för att leda bort blicken från vad som sker under ytan och kanske är den ovan påtalade likheten mellan Facebook och Kina större än vad vi tror. Istället för glänsande skyskrapor som tronar över landets megastäder och som stundtals får oss att glömma det som sker där ingen tittar har vi på Facebook ett tilltalande visuellt uttryck som ska få oss att känna oss... hemma.

Det kommer att klagas, gnällas och skrivas om dessa förändringar precis som det har gjorts vid tidigare tillfällen. Vad som dock inte bör glömmas i det här sammanhanget är att de visuella förändringar är ganska oviktiga i det stora hela. Visst är det så klart av stor vikt att resonera kring vilka förutsättningar som finns för individer såväl som företag och organisationer att presentera sig själva, knyta kontakter och på olika sätt hålla ens nätverk vid liv. Men vi måste fundera över vad för slags tjänster Facebook egentligen erbjuder. Forskaren [Robert W. Gehl](#) skrev för en tid sedan att den här typen av tjänster bör förstås som "the new media capitalist technique of relying upon users to supply and rank online media content, then using the attention this content generates to present advertisements to audiences" (2011: 2). Det kommer väl knappast som en överraskning att Facebook [använder](#) sig av den information som vi delar med oss av men samtidigt tycks det som att det i den här typen av system finns inbyggda funktioner för att ständigt uppmana oss att dela med oss i allt högre grad. Gehl påpekar att system som Facebook vill få oss att fokusera på det visuellt gripbara – gränssnittet som sådant – eftersom det är genom detta som vi, det vill säga användarna, ger systemet näring som i sin tur utgör underlag för inget annat än affärer. Ungefär som Kina, återigen. Användarna, understryker Gehl, "are expected to process digital objects by sharing content, making connections, ranking cultural artifacts, and producing digital content" (2011: 2) och det är något vi bör ha i åtanke när vi checkar in, uppdaterar vår status eller lyssnar på Spotify.