

UPPSALA UNIVERSITET  
Institutionen för Informatik och Media  
Medie- och Kommunikationsvetenskap C  
C-Uppsats HT-2010

# Facebök

## En studie om förflyttning mellan nätverk

---

Hampus Andersson

HT-2010

2010-01-02

Handledare: Christian Christensen

Institutionen för Informatik och Media

## **Abstract**

**Title:** Troublebook – A study on the change of community

**Authors:** Hampus Andersson

**Aim:** The aim of this study is to understand why people have changed their preferred community over time. What are the main factors when changing to a new one?

**Method/material:** The method has consisted of personal interviews with six different people in the ages between 20-22 and of different gender. The main material that has been used in this essay is the theory of Uses and Gratifications as explained by Denis McQuail, the theory of Convergence culture by Henry Jenkins and the theory about Communities of Practice by Etienne Wenger.

**Main results:** This study shows a heavy affection that the use of communities often centers round the people around the community, rather than the functions that the communities themselves provides. Having people that you know on the community you choose is a vital part for people or at least having the support of other people and changing to another community at the same time. Although, some of the respondents answered that they felt that some functions had been a thing they've thought of sometimes, and some chose communities in earlier days regarding the attitude of a specific community.

**Number of pages:** 28

**Course:** Media and Communication studies C

**University:** Division of media and communication, department of information science, Uppsala University

**Period:** Autumn 2010

**Tutor:** Christian Christensen

**Keywords:** Internet, community, social media, communication

## Förord

Uppsatsen idé började med en tidningsartikel i Metro sommaren 2010, då skaparen av communityn Lunarstorm kommenterade den gamla jättens förfall och sidans kommande stängning. Jag frågade mig själv fort om varför jag själv valt att byta från nämnda nätverk och kom ganska snabbt på att jag tyckte att funktionen med statusrader och visandet av detta i ett långt flöde på förstasidan var den huvudsakliga anledningen till att jag en gång i tiden bytt till Facebook. Men var det verkligen samma anledningen för alla andra? Det var genom dessa tankar jag fick fram min första skiss på uppsatsen.

Jag skulle vilja tacka alla personer som deltagit i de intervjuer jag genomfört och de som tagit sig tid till att lyssna på mina tankar och funderingar kring arbetet. Arbetet har gett mig en annan syn av den åsikten jag hade från början. Jag skulle även vilja tacka alla människor som motiverat mig att fortsätta med arbetet under arbetets gång, även i sämre tider.

2 januari 2011, Uppsala

Hampus Andersson

## Sammanfattning

Syftet med den här studien har varit att få en förståelse till varför människor valt att byta till en ny huvudsaklig community över tiden, med utgångspunkt att deras nuvarande är Facebook. Vilka är de huvudsakliga faktorerna när man byter till en ny community?

För att komma fram till det här resultatet har studien använt sig av personliga intervjuer med sex olika personer i åldern 20-22. Dessa intervjuer har senare analyserat med hjälp av teorier om Uses and Gratifications såsom den blivit beskriven av Denis McQuail, Konvergenskultur av Henry Jenkins och Communities of Practice av Etienne Wenger.

Resultatet pekar på att en större del av användarna verkar välja community efter människorna som hör till communityn, snarare än funktionerna som communityn själv erbjuder. Att människor man känner redan finns på communityn är en vital del när människor väljer eller att de åtminstone att de får stöd från andra människor som byter till det andra communityn samtidigt. En del av respondenterna valde däremot att nämna att vid tidigare tillfällen hade funktioner varit något de tänkt på, alternativt attityden som en specifik community hade haft, men inte i dagsläget var något de såg som särskilt viktigt.

## Innehåll

<b>Förord</b>	<b>3</b>
<b>Sammanfattning</b>	<b>4</b>
<b>1. Introduktion</b>	<b>6</b>
1.2 <i>Bakgrund</i>	6
1.2.1 Sociala medier/communitys	7
1.2.2 Kort om communitys som nämns i denna uppsats	8
1.3 <i>Syfte och frågeställning</i>	9
1.4 <i>Disposition</i>	10
<b>2. Teori</b>	<b>11</b>
2.1 <i>Communities of practice</i>	11
2.2 <i>Convergence culture</i>	12
2.3 <i>Uses and gratifications</i>	13
3.1 <i>Materialurval</i>	16
3.2 <i>Undersökningsmaterial</i>	17
3.3 <i>Analysmodell</i>	18
<b>4. Resultat</b>	<b>19</b>
4.1 <i>Tidigare erfarenheter</i>	19
4.2 <i>Nuvarande användning</i>	20
4.3 <i>Huvudsakliga anledningar till byte</i>	21
<b>5. Analys</b>	<b>24</b>
5.1 <i>Tidigare erfarenheter</i>	24
5.2 <i>Nuvarande användning</i>	25
5.3 <i>Huvudsakliga anledningar till byte</i>	26
<b>6.1 Avslutning</b>	<b>28</b>
6.1 <i>Sammanfattning</i>	28
6.2 <i>Diskussion</i>	29
<b>Källhänvisning</b>	<b>31</b>
<i>Tryckta källor</i>	31
<i>Internetkällor</i>	31
<b>Bilaga 1: Intervjuguiden</b>	<b>i</b>

## 1. Introduktion

Facebook är stort. Så stort att Facebook har fler än 500 miljoner aktiva<sup>1</sup> användare över hela världen och många anser att Facebook är en del av vardagen. Att kunna dela med sig av sina historier till alla sina vänner, nära såsom avlägsna, genom en enkel uppdatering verkar vara en formula som har funnit många människors hjärtan och dedikation. Det är bara 6 år sedan Facebooks skapare Mark Zuckerberg bestämde sig för att skapa den sida som idag är minst sagt ett fenomen.

Endast i Sverige finns det över 1 miljon användare som använder sig av Facebook. Men Facebook är knappast det första sociala mediumet som svenskarna har använt sig av på nätet. Lunarstorm hade en gång i tiden lika många svenska användare men är nuförtiden en sida som är nerlagd. Likaså var Playahead en plats för många svenska ungdomar att mötas på, men även Playahead har gått i graven. Bilddagboken är ett exempel som fortfarande existerar, men som samtidigt fått minskad besöks trafik. Den absolut största mätningen på mer än 1,5 miljoner unika besökare under en vecka i början på 2009 har nu sjunkit till att hålla sig runt 830 tusen unika besökare varje vecka<sup>2</sup>. Det är nästan en halvering av besöksantalet.

Det är inte svårt att anta att Facebook har tagit en stor del av dessa användare. Framförallt inte då Facebook inkluderar flera funktioner såsom bild delning, bloggande, grupper och massa annat som tidigare särskiljde en community från en annan. Med en tät integration till andra hemsidor inkluderas Facebook sakta men säkert i varje del av nätet och tar samtidigt med sig en större och större publik.

### 1.2 Bakgrund

Jag är en av många som valt att dedikera en stor del av sin tid av deras liv framför denna hemsida som kopplar ihop mig med andra människor. Varje dag får miljontals människor reda på hur mina bekanta mår, vad de har gjort, om de har funnit något

---

<sup>1</sup> <http://blog.facebook.com/blog.php?post=409753352130>

<sup>2</sup> [http://www.kiaindex.net/get\\_excel/o:57](http://www.kiaindex.net/get_excel/o:57)

intressant på nätet, se bilder från resor och andra aspekter av deras liv. Många spenderar långa timmar på sitt Facebookanvändande och det är inte ovanligt att det sker både hemma och på jobbtid. Många börjar nog sin morgon med att öppna upp sin laptop och kolla vad som har hänt under natten på Facebook. Ett maniskt beteende för att hålla sig uppdaterad.

Jag har gått från att använda ett tiotal olika communitys till att först och främst använda Facebook som huvudplattform, som senare grenar ut sig till mindre hemsidor där min aktivitet inte alls är lika stor. Jag är inte ensam om att dela den erfarenheten utan många av mina vänner har gjort samma sak. Möjligtvis har den mångfaldighet som spridde sig utöver flera sidor försvunnit till att fokuseras på en och samma hemsida.

Därför fick jag upp intresset kring varför Facebook egentligen blivit den succé som den blivit? Finns det några bakomliggande faktorer till att människor rör sig från ett medium till ett annat eller är det bara själva tanken om att alla andra vänner finns där som är den huvudsakliga anledningen? Hur ser användarna på saken idag kontra hur såg dem på saken när de gick med i Facebooks gemenskap?

### **1.2.1 Sociala medier/communitys**

Det vi idag ser som sociala nätverk såsom Facebook startade troligtvis med begreppet ”community” någon gång under 1990-talet. 1996 skapades Stalj Plejs av svensken Rickard Ericsson, och skapade i samma veva Europas första digitala mötesplats<sup>3</sup>. Hemsidan kopplade ihop människor och lät dem interagera med varandra över nätet. Kort och gott är en community en mötesplats för människor på nätet. De varierar i storlek, utseende och intresse. En community kan handla om hårdrock medan den andra kanske fokuserar på hästar. Den huvudsakliga gemensamma nämnaren är den sociala gemenskap som delas bland användarna och möjligheten till att lära känna nya människor eller hålla kontakt med sådana man redan känner.

Idag benämner sig sällan communitys sig som communitys. Istället har dessa nätverk blivit sammanslagna tillsammans med andra typer av medier såsom bloggar

---

<sup>3</sup> <http://sv.wikipedia.org/wiki/Lunarstorm>

undernamnet ”sociala medier”. Andreas Kaplan och Michael Haenlein beskriver sociala medier, i sin forskning om nämnda ämne, som ”en grupp internetbaserade applikationer som bygger på den ideologiska och teknologiska basen av Web 2.0, som uppmanar till skapandet och delandet av användargenererat innehåll.”<sup>4</sup> Sociala medier har användaren i fokus och möjligheten för denna användare skapa sitt egna innehåll på nätet och dela det med andra.

### 1.2.2 Kort om communitys som nämns i denna uppsats

Eftersom den här uppsatsen inkluderar inte endast Facebook utan en hel del med andra communitys som användarna tidigare varit medlemmar så sker här nedanför ett kort introduktion av varje enskild community. Allt för att ge läsaren en bra överblick över vad varje community består/bestått av.

**Facebook** startades år 2004 och är idag ett av de största sociala nätverken med mer än 500 miljoner aktiva användare<sup>5</sup>. Sidan låter användarna få en översikt av sitt kontaktnät (dvs. vänner) genom en s.k. ”Friend Feed” där man lätt får en överblick över vad ens vänner har gjort, delat med sig av eller uppdaterat. Facebook tog över förstaplatsen på Compete.com lista över mest använda sociala nätverk februari 2009 med över en miljard besökare per månad<sup>6</sup>. Hemsidan har till och med fått en film som berättar historien om hemsidans härkomst, även om skaparen själv Mark Zuckerberg sagt att han inte tycker att filmen speglar den riktiga historien<sup>7</sup>.

**Lunarstorm** var en svensk community som startade år 2000.<sup>8</sup> Communityn härstammade från en tidigare community vid namnet Stajl Plejs. Ett år efter hemsidans start så hade medlemsantalet hamnat på över 600 000, men sidan saknade någon direkt inkomst. Under communityns levnadstid finansierades den av reklam

---

<sup>4</sup> <http://www.sciencedirect.com/science/article/B6W45-4XFF2S0-1/2/600db1bd6e0c9903c744aaf34b0b12e1>

<sup>5</sup> <http://blog.facebook.com/blog.php?post=409753352130>

<sup>6</sup> <http://blog.compete.com/2009/02/09/facebook-myspace-twitter-social-network/>

<sup>7</sup> <http://www.limelife.com/blog-entry/Mark-Zuckerberg-Calls-The-Social-Network-Inaccurate-VIDEO/77351.html>

<sup>8</sup> <http://sv.wikipedia.org/wiki/Lunarstorm>



och banners som placerades lite överallt på hemsidan, till att göra sponsrade delar på hemsidan kopplade till företag såsom OLW och Sveriges Radio. Under de senare åren minskade aktiviteten kraftigt. År 2004 svarade medlemmarna på hemsidan på dagliga frågor med ca 150 000 svar per dag, men 2009 svarade endast 10 000 - 12 000 användare. Den 8:e augusti år 2010 valde till slut ägarna att lägga ner hemsidan, men till fördel för en ny communityplattform vid namn LS8<sup>9</sup>.

**Helgon** är ett community som hade sin start år 2002 och har för nuvarande över 100 000 medlemmar<sup>10</sup>. Sidan har som största ambition att vara ett community för människor med alternativ kläd- och musikstil. Deras huvudsakliga målgrupp är människor i åldern 16 till 40 år<sup>11</sup>.

**Bilddagboken** är en community där den huvudsakliga funktionen är att man kan ladda upp bilder och på så sätt dela med sig av sitt liv. Sidan började som ett eget projekt för skaparna, men efter förfrågningar från fler människor så valde dem att göra det till något större<sup>12</sup>. Sidan hade sin start år 2004.

**Kamrat** är en community som startade år 2000<sup>13</sup>. Sidan har för nuvarande lite mer än 650 000 konton om man ska tro deras statistikhemsida och lite mer än 55 000 inloggningar per dag<sup>14</sup>. Sidan beskrivs som en plats där folk i alla åldrar kan mötas, antingen för att stifta nya bekantskaper eller hålla kontakt med gamla<sup>15</sup>.

### 1.3 Syfte och frågeställning

Syftet med denna uppsats är att få en förståelse till varför människor rör sig från en existerande community till en annan. Är det gruppdynamiken som är den viktigaste delen i valet av ett community eller är det någon annan aspekt som är den viktigaste?

---

<sup>9</sup> <http://sv.wikipedia.org/wiki/Lunarstorm>

<sup>10</sup> <http://sv.wikipedia.org/wiki/Helgon.net>

<sup>11</sup> <http://beta.helgon.se/>

<sup>12</sup> <http://bilddagboken.se/p/contact.html>

<sup>13</sup> <http://www.kamrat.nu/sv/info.htm?v=1#vad>

<sup>14</sup> <http://www.kamrat.nu/kamrat/kamrat?do=showKamratStatistics>

<sup>15</sup> <http://www.kamrat.nu/>

Huvudfrågan blir således ”Varför har användare valt att byta till Facebook?”

Fokusen hamnar på varför människor valt att migrera från en tidigare community till Facebook, eftersom användarantalet på Facebook överstiger samtliga andra.

## **1.4 Disposition**

Uppsatsen kommer vara upplagd på följande vis. Efter detta kapitel följer ett kapitel med teori som jag ansett varit relevant för min studie. Kapitlet som följer går igenom vilken typ av material jag valt att använda samt vilket tillvägagångssätt jag använt för att få tag på detta material; i detta fall fokusgruppsintervjuer. Kapitlet efter det tar upp resultaten från intervjuerna och följande kapitel analyseras resultatet utifrån de teorier jag valt att arbeta med.

En sammanfattning och avslutning på studien där även diskussion kring det slutgiltiga resultatet sker finns i sista kapitlet.

## 2. Teori

För att finna svaren på min frågeställning har jag tänkt använda mig av tre teorier som ska hjälpa tolka de svar jag får genom min materialinsamling. Teorier om ”*Uses and gratification*” som säger att användare söker sig till medier för att kunna stilla ett behov av olika anledningar. Då vi vill finna svar till om huruvida det är användarna eller communityn som bestämmer behoven så kan denna teori vara relevant.

Etienne Wengers teorier kring ”*Communities of Practice*” säger att vi ständig strävar efter att uppnå specifika mål i vår vardag och denna aspekt delar vi oftast med andra människor. Människor arbetar i grupp för att nå dessa mål. Eftersom gruppaspekten i arbetet är en vital del så känns Wengers teorier relevanta.

Henry Jenkins tankar om ”*Konvergenskultur*” ansåg jag även relevanta då resultaten kanske skulle peka på ett mer unifierat webbanvändande när det kommer till dem sociala nätverken, det vill säga att de ändamål man valt att använda internet till tidigare mer och mer gått ihop till ett och samma medium.

### 2.1 Communities of practice

Communities of Practice är en teori som utformats av Etienne Wenger och som vill påpeka att tankar kring lärande kanske inte riktigt stämmer såsom de utformats.

Lärande är sedan tidigare ansett vara en individuell process som har en början och ett slut i livet. Som person utsätts man för tester i en individuell miljö där man sätts öga-mot-öga med ämnet och där samarbete anses som fusk. Tänk då om lärande faktiskt var en social process? En process som dessutom pågår hela livet och är något som tillhör människans natur<sup>16</sup>. Den sociala processen som Wenger talar om påpekar hon refererar inte bara till ett deltagande på lokal nivå, utan en mer övergripande sådan som involverar processen av aktivt deltagande i processen av sociala nätverk och bildandet av identiteter i relation till dessa nätverk.

---

<sup>16</sup> Wenger, Etienne, *Communities of Practice*, Cambridge University Press, Cambridge, 1998: s. 4

Vad är då just ”Communities of Practice”? Wenger väljer att börja med att påpeka att det är ett fenomen som existerar överallt. Från hemmet till vår hobby så finner vi fenomenet, och de är något som följer oss igenom hela livet även om de kanske ändrar riktning.

Wenger menar att vi varje dag strävar efter att nå mål. Familjer väljer att sträva efter ett specifikt sätt att leva sitt liv på genom rutiner, historier, praktiska vägar och även om det skulle vara så att familjen splittras så hittar de vägar att hantera situationen. Detta sätt bildar en slags historia för gemenskapen, och utifall att en ny medlem skulle antra gruppen så kommer även denna få ta del av denna gemenskap. Samma typ av beteende och agerande kan man hitta i både skola och jobb. I skolan bildar man egna grupper och agendor och det lärandet som transformerar mest är i slutändan dessa grupper av personer. På jobbet väljer man att med sina kollegor komma överens om hur man skall fördela arbetet för att göra det mer effektivt.

Dessa system är så informella och genomsyrande att de inte riktigt någonsin hamnar i fokus, men ändå är väldigt lättigenkännliga. Wenger påpekar att om vi bejakar oss själva för en sekund ur detta perspektiv så känner vi oss genast igen i nätverk som vi existerar i idag samt nätverk vi möjligtvis skulle kunna tänka oss vilja vara medlemmar i inom en framtid<sup>17</sup>.

Wenger beskriver det huvudsakliga i följande citat; *”Over time, this collective learning results in practices that reflect both the pursuit of our enterprises and the attendant social relations. These practices are thus the property of a kind of a community created over time by the sustained pursuit of a shared enterprise. It makes sense, therefore, to call these kinds of communities communities of practice.”*<sup>18</sup>

## 2.2 Convergence culture

Tankar om konvergenskultur härstammar från Henry Jenkins bok om nämnda ämne. Tanken är att gamla och nya medier möts och bildar en slags fusion och skapar något helt annat. Andra förslag han lägger fram är när konsument och företag möts och

---

<sup>17</sup> Wenger, s. 6

<sup>18</sup> Ibid, s. 45

bildar en slags situation där vem som har den huvudsakliga makten över det gemensamma dessa två parter skapat är stor. För att förklara vad han menar med konvergens använder han följande ord; ”*By convergence, I mean the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want.*”<sup>19</sup>

Det exempel som Jenkins väljer att ta upp framförallt är en historia om när Dino Ignacio, en ung kille, valde att göra ett montage i Photoshop av Osama bin Ladin, utbytt mot Bert från Sesame Street. Det var inte hans första bild utan en av en serie bilder under temat ”Bert is Evil” som han hade dedikerat en hemsida åt. När protester kring 11:e september tog sin fart upptäcktes samma bild på skyltar i medierna. Representater från företaget som ägde varumärket (Sesame Street) valde att börja hota kring legala aktioner. Men det var osäkert mot vem. Skulle företaget välja att gå på den unga mannen som startade allt eller protesterarna för att ha använt den?<sup>20</sup>

### 2.3 Uses and gratifications

Teorin om Uses and Gratification handlar om att media har sin rot hos publikens önskningsar, motiv, behov och tillfredställelser. Media uppfattar att den publik dem eftersträvar önskar sig väljer man att tillförlita sig på. De huvudsakliga frågorna som teorin ställer är ”varför använder man medierna?” och ”vad gör man med medierna?”.

Teorin hade sin start runt 1940 då forskare valt att undersöka vilka anledningar till att vissa radioprogram var mer populära än andra, framförallt såpoperor. Det man kom fram till var att trots att såpoperor väl var kända som tanklösa och ytliga produktioner så fyllde de en funktion hos kvinnor som en källa till råd, förebilder och ett sätt att släppa ut känslor såsom skratt. Så den huvudsakliga tanken är med andra ord att olika personer söker olika funktioner hos medierna exempelvis eskapism, status och information.

---

<sup>19</sup> Jenkins, Henry, *Convergence culture: where old and new media collide*, New York University Press, New York, 2006: s. 2

<sup>20</sup> Ibid., s. 3

20 år senare återupptäcktes teorin och utvecklades och följande punkter sammanfattar väl de saker man kom fram till:

- Medie- och innehållsval är generellt sett rationell och riktad gentemot specifika mål och tillfredsställanden (på så sätt är publiken aktiv och förklarar gruppformande).
- Publikmedlemmar är medvetna om de medierelaterade behov som uppstår vid personliga och sociala tillfällen och kan tillfredsställa dessa med en motivation.
- Allmänt sett så är personlig nytta en signifikantare faktor i när det kommer till gruppformning än estetiska och kulturella faktorer.
- De flesta relevanta faktorerna för gruppformande (motiv, upplevda eller erhållna tillfredsställelser, medieval, bakgrundsvariabler) kan, i princip, bli mätta.<sup>21</sup>

En generell referensram var ett mål som söktes hos många forskare runt ämnet om publikforskning där man skulle kunna placera sina fynd i. McQuail, Blumler och Brown kom fram till att, efter dem studerat ett antal olika radio och tv-program i Storbritannien, en plan över de viktigaste media-person samspelen. De fyra punkterna som de ansåg sammanfattade detta samspel var:

- Stimulering: Att kunna fly från rutin eller problem
- Personliga förhållanden: kamratskap och socialt verktyg
- Personlig identitet: självrefererande, utforskande och för att stärka värderingar
- Övervakning: olika former av informationssökande<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> McQuail, Denis, *McQuail's Mass Communication Theory*, SAGE Publications Ltd, London, 2005: s. 424

<sup>22</sup> McQuail, Denis, Blumler, Jay G., & Brown, J.R., *Sociology of Mass Communications*, Penguin Books Ltd., Harmondsworth, 1972: s. 425

En översiktlig lista över vilka tillfredställelser som kan sökas genom media finns och består av följande punkter:

- Information och utbildning
- Vägledning och råd
- Stimulering och avslappning
- Social kontakt
- Förstärkning av värderingar
- Kulturell tillfredställelse
- Känsломässig
- Identitetskapande och bekräftelse
- Livsstilsutövning
- Säkerhet
- Sexuell tillfredställelse
- Tidsfördriv<sup>23</sup>

Det bör nämnas att teorin utvecklades i åtanke på traditionella medier såsom TV, tidningar och radio i först hand, såsom när den kom till. Däremot är den högst aktuell även idag då internet kräver en användares deltagande och medierna på denna plattform tar otroligt stor nytta av detta deltagande.

---

<sup>23</sup> McQuail, s. 428

### 3. Material och metod

Studien började med att planera och strukturera uppsatsidéen. Metodval och teorival gjordes ur en preliminär synvinkel, men utvecklades under arbetets gång för att angripa ämnet ur ett bredare perspektiv. Efter att detta skett valde jag att läsa andra vetenskapliga artiklar för att finna inspiration kring eventuella källor jag skulle kunna tänka mig. Inga specifika artiklar fann jag dock handlade om samma sak utan nuddade endast vid ämnet.

Det material jag ämnat införskaffa har jag fått genom att använda mig av personliga intervjuer. Anledningen till varför jag valt att använda mig av personliga intervjuer är för att förstå anledningarna till intervjuobjekten tänker på ett djupare plan för att senare bilda en helhet. För att citera Kvale; ”*Syftet med den kvalitativa forskningsintervju [...] är att förstå ämnen från den levda vardagsvärlden ur den intervjuades eget perspektiv.*”<sup>24</sup> Fokusgrupper var ett alternativ som fanns i åtanke ganska länge under uppsatsens gång, men efter noggrant avvägande valde jag att använda mig av personliga intervjuer, då detta kändes som en betydligt mer givande metod. För att få hjälp med handledning kring hur man håller en intervju på rätt sätt har jag använt mig av Steinar Kvale och Svend Brinkmanns bok ”*Den Kvalitativa Forskningsintervjun*”.

#### 3.1 Materialurval

Sociala nätverk på nätet är fortfarande något relativt nytt och något som precis börjat intressera en äldre publik. Därför blev min huvudsakliga riktlinje att ta kontakt med ungdomar i ålder 18-25 och som använder sig av någon typ av socialt nätverk idag. Dessa har med största trolighet en erfarenhet av att ha använt tidigare versioner av communitys och liknande samlingsplatser.

Personerna skulle finnas inom mitt kontaktnät, vilket visade sig relativt enkelt att hitta sådana personer då samtliga tillfrågade använde sig av Facebook.

---

<sup>24</sup> Kvale, Steinar, *Den Kvalitativa Forskningsintervjun*, Studentlitteratur AB, Lund, 2009: s. 39



Innan intervjuobjekten tog sitt beslut om huruvida de ville vara med i de personliga intervjuerna presenterades ämnet kort och samtliga informerades om att intervjuerna skulle komma att spelas in och transkriberas.

### 3.2 Undersökningsmaterial

Resultatet slutade i sex stycken personer. Samtliga intervjuer skedde ansikte mot ansikte och spelades in på en telefon samt en dator för att försäkra att intervjun inte gick till miste och att materialet senare skulle kunna korrekt avges i resultatdelen av uppsatsen. Även anteckningar fördes under intervjun som inte bara gällde kommentarer, utan även personernas kroppsspråk och ton. Intervjuerna blev lyckade och gav fina resultat från de involverade objekten som gav utförliga och intressanta beskrivningar av de frågor som ställdes. Intervjuerna genomfördes med hjälp av en intervjuguide som var det huvudsakliga underlaget. Utifall att intervjuobjektet la fram en intressant kommentar som var intressant att utveckla så ställdes följdfrågor som inte fanns med i intervjuguiden. Först i intervjun var några enkla uppvärmningsfrågor för att få en övergripande översikt av vem personen var för att sedan gå in på frågor relaterade till det specifika ämnet jag studerade. Vid tillfällena av intervjun användes även tolkande frågor för att se till att jag uppfattat intervjuobjektets uttalande på rätt sätt. Hela intervjuguiden finns i sin helhet under bilaga 1.

En annan aspekt jag ansåg vara viktig var att intervjuobjektet skulle känna sig bekväm. Därför valde jag att placera intervjuerna i en miljö som dom kände sig hemma i. Dessutom fick varje deltagare något i gengäld för sin insats i arbetet. En annan aspekt jag ansåg viktig var att deltagarna kände sig bekväma i miljön så deltagarinteraktionen inte kändes krystad eller jobbig. Dessutom bjöds det på något som tack för deltagandet vid varje tillfälle, så deltagarna fick något i gengäld för sitt deltagande.

Det är viktigt att påpeka att intervjuerna inte skett på sådana sätt att intervjuobjekten på något sätt skulle kunna ha påverkats. Frågorna har varit neutrala från intervjuledaren, noggranna inspelningar och utskrifter av svar, utifall missförstånd har funnits har de rättats till och inget slarv med anteckningar har skett. Detta för att reliabiliteten hos arbetet skall vara hög och att validiteten på så sätt skall vara korrekt.

### 3.3 Analysmodell

Frågorna var anpassade efter de teorier jag valt. När alla intervjuer var genomförda valde jag att transkribera samtliga intervjuer och dela upp svaren efter olika kategorier jag ansåg vara relevanta, såsom ”tidigare erfarenheter”, ”nuvarande användning”, ”huvudsakliga anledningar” samt ”övriga tankar”. På så sätt blev det enklare att få en översikt av de olika åsikter som inkommit under arbetets gång och göra både resultat och analys överskådligare i de nämnda delarna av arbetet.

I analysdelen använder jag mig utav de teorier som beskrivs i teorikapitlet. För att svara på frågorna är den huvudsakliga teorin som vi utgår från Uses and Gratifications, där behov och mål i sin användning av communitys är det centrala begreppet. Communities of Practice används för att diskutera ett gemenskapsperspektiv och konvergenskultur för att svara på om det eventuellt finns några tekniska aspekter som kan ha lett användarna till att välja den specifika community de valt.

## 4. Resultat

I det här kapitlet redovisar vi resultatet från intervjuerna. De är uppdelade på samma sätt som analysdelen för att förenkla läsandet och kopplingen mellan de två delarna. Texten är en sammanfattning av de åsikter som gavs av intervjudeltagarna samt citat för att ge en bättre bild av vad folk ansåg.

### 4.1 Tidigare erfarenheter

Samtliga deltagare började använda sig av internet vid relativt låg ålder, oftast i lågstadieålder. Det var då en form av utforskning som skedde enligt deltagarna och inte så mycket social interaktion. Den sociala interaktionen skedde framförallt på hemmaplan. När de blev äldre och närmade sig mellanstadiet och högstadiet så sågs de första spåren av den ordentliga sociala delen av internet. Här valde de flesta att gå med i communitys såsom Kamrat och Lunarstorm. Den huvudsakliga anledningen till att de gick med i sociala nätverk under den tiden var framförallt för att få kontakt med nya människor och den intressegrupp de själva ämnade att vara del av. Hanna, 21 år, förklarar sitt första möte;

*”Jag hade inte så mycket kompisar där jag bodde. Särskilt inte med de specialintressena jag ändå hade, det fanns ju inte, så jag tror det dels för att min lillebror var väldigt intresserad av communitys, liksom, prata med kompisar över internet! Och det kom väl egentligen med att han spelade mycket MMORPGn, datorspel där man liksom träffade andra människor. Jag var inte riktigt duktig på internet med att söka ut mig socialt men det slutade ju med att han visade liksom att 'den här chatten är cool' och 'här är alla medlemmar', så då blev jag medlem.”*

Efter ett tag så sa en del av deltagarna utforska. Vissa personer ansåg att den community de tidigare varit medlem på inte riktigt höll samma standard för deras nuvarande preferens och såg sig själva växa ifrån den. Hanna, 21 år, förklarar;

*”Helgon liksom var ju lite vuxnare, det var lite hårdare attityd och man var lite coolare. Skunk hade ju liksom alla, Helgon var det ju inte så många som hade då, så det var ju en häftighets grej.”*

För andra var det mest en form av flöde, där de följde efter vad de andra vännerna nu möjligtvis funnit på internet. Brita, 22 år, berättar;

*”Det har väl mycket att göra med folket omkring, dem byter till det och man känner ’oj vad är det här för någonting.’”*

## 4.2 Nuvarande användning

Nuförtiden är samtliga av deltagarna aktiva användare av Facebook. De använder datorerna allt från tre timmar per dag upp till tio timmars aktivt användande. De flesta har tillgång till internet både på sin arbetsplats och hemma, även om någon inte hade det. Det var huvudsakligen sociala aktiviteter som internet användes till och inte nödvändigtvis så mycket andra typer av nöjen, såsom datorspel. Många var även väldigt aktiva att använda internet till en form av informationssökning.

Anledningen till att de använder Facebook är nödvändigtvis inte riktigt densamma som tidigare anledningar till att de använde sociala nätverk som de varit medlemmar på. Emil, 21 år, ser det snarare som något nytt;

*”Man började lära känna riktiga människor. Det var väl först och främst efter man slutade gymnasiet för att hålla kontakten. Så tidigare använde man väl det mer för att träffa nya människor, nuförtiden är det väl mer för att hålla kontakten med folk man redan känner.”*

André, 20, är till och med så bestämd med att säga att han tar stort avstånd från vänförfrågningar på Facebook. Han anser att Facebook är ett ställe där han håller kontakten med folk han känner och absolut inte lära känna nya;

*”Var gång det är någon som kommer, låt oss säga att vi var på samma fest eller något, och man kanske utbytte något ord eller sådär, kanske inte ens*

*det. Man var på samma fest så addar dem en. Det kommer inte på tal att jag accepterar dem för att jag inte vill ha random people.”*

Andra kände sig tvungna att skaffa Facebook för att få en social uppdatering av sin närvaro, då folk slutade använda de äldre medlen för att framföra vad som händer och vad som pågår just nu. Hanna, 20 år, sa;

*”Man fick reda på events som man borde gå på, men som man bara fick reda på där eftersom ingen orkade smsa eller ringa om de eventen längre.”*

André, 20, uttrycker en viss oro över att inte vara med och få den uppdateringen han får via Facebook;

*”Jag känner väl mer att om jag hade raderat mitt konto så hade jag gått miste om så himla mycket.”*

Det var vissa som använde andra sociala nätverk såsom Bilddagboken, men deras användning var inte direkt aktiv. Det var då inte nödvändigtvis användarna som var den huvudsakliga anledningen till att de använde den plattformen utan snarare en viss funktion, såsom delandet av foton och bilder på bilddagboken. Hanna, 21 år, säger;

*”Jag började nog med Bilddagboken mest för att jag fick en kamera när jag var typ 17. Det fanns ju inte samma möjligheter att dela med sig av bilder och sitt liv på andra sidor.”*

### **4.3 Huvudsakliga anledningar till byte**

De anledningar intervjuobjekten en gång i tiden hade när de började med communitys var ganska enkla. Hos många var det en form att ha en plats för att uttrycka sitt intresse i något. På den tiden var det funktionerna som var den huvudsakliga anledningen till att man valde att byta från en community till en annan och för all del började med communitys. Hanna, 20 år, förklarar varför hon gillade Lunarstorm;

*”Det var ju mycket HTML-byggande med Lunarstorm, så man lärde det ju sig där.”*

När de senare gick över till att använda sig av Facebook är den huvudsakliga anledningen utan tvekan gemenskapsfaktorn. Samtliga var tydliga på att nämna att dit majoriteten av deras vänner rörde sig när de behövde hitta ett nytt nätverk att fylla sitt kommunikationsbehov så valde även dem att följa efter. Det var alltså ett grupp beteende som syntes ganska klart. Där majoriteten befann sig befann sig även intervjuobjekten. Brita, 22 år;

*”Varenda människa bjöd in en, så det var ju klart att man följde med då. Eftersom alla andra flyttade över dit liksom.”*

Några ansåg även att de växte ifrån det community de tidigare varit medlem på. Efter ett visst tag så ansåg man helt enkelt att man hade växt ifrån den nuvarande platsen och var mer eller mindre tvungen att röra sig vidare. Karolina, 21 år:

*”Lunarstorm, då var man ju yngre, och till slut blev det ju nästan lite barnsligt. [...] Det är också såhär, man växer bort från communityn känns det nästan som. Man växte bort från Lunarstorm, man växte bort från Helgon.”*

André, 20 år, tror att en del av valet kring varför man väljer community handlar en del om ålder. Vid äldre åldrar väljer man enligt honom att först och främst använda sig av communitys för att hålla kontakten, medan att man i yngre åldrar använder communitys för att lära känna nya.

*”Jag tror ju att det är mycket viktigare för yngre att de ska leta massa och de addar ju många på Facebook så de har 1000 vänner, varav de känner kanske 10%. Jag tror det är allt mycket vanligare nuförtiden att det är så de skaffar kontakter.”*

Vid frågan om huruvida vilken anledning de skulle kunna tänkas ha för att byta socialt nätverk om ett nytt nätverk möjligtvis dök upp valde samtliga att fokusera på

gemenskapen. Huruvida om de följde med till den nya communityn var det viktigaste. Karolina, 21 år, berättar;

*”Det finns ju ingen poäng i att börja använda något nytt om inte alla andra för annars skulle det inte vara tillräckligt intressant.”*

Det fanns inget intresse i att börja bygga upp en community utan den faktorn. Hanna, 21 år, trodde däremot att det skulle bli väldigt svårt med tanke på den stora massan människor som faktiskt befinner sig på Facebook;

*”Det finns något jobbigt i att lämna Facebook eftersom jag tror att den processen skulle ta så lång tid. Dom flesta människor är väldigt vana vid Facebook.”*

André, 20 år, menar däremot att utifall chansen skulle komma där några av hans favoritfunktioner från andra typer av medier han använder, såsom programmet Skype som tillåter samtal med ljud över nätet, så finns det en chans att han skulle byta community;

*”Jag tycker det vore lite ballt om det fanns Trends från Twitter och tänk om man kunde chatta via röstsamtal som i Skype, det skulle väl vara det, om det hade gjort någon slags fusion. Den erbjuder dig helt enkelt samma saker, fast allt i ett, det hade väl varit det enda jag tror [...] Hade en tjänst har allt det så hade det ju varit väldigt smidigt.”*

## 5. Analys

I analyskapitlet skall allt material från resultatet mötas med den teori som valt att användas. Som tidigare angett är analysdelen uppdelad efter olika kategorier för att ge en bättre överblick.

### 5.1 Tidigare erfarenheter

När deltagarna började använda sig av communitys var det för många en första chans att ta kontakt med nya människor medan andra sökte sig till communitys framförallt för att få utlopp för de specialintressen de förknippade sig själva med. Hanna, 21 år, ansågs sig växa ur sin community ganska fort däremot och flyttade sig till en annan för att få en bekräftelse för sin ”vuxenhet”, eftersom den tidigare communityn blev för barnlig för hennes egen smak. Andra följde helt enkelt med strömmen och blev medlem på andra communitys för att dennes kompisar blev det.

Det går att hitta sammanträffanden för samtliga av dessa behov som uppstått i tidigare dagar av användningar. Att ta kontakt med nya människor, den påstådda vuxenheten i bytet till ett annat community och den nischade typen kan i högsta grad påminna om tre punkter som McQuail nämnde i teorin om Uses and Gratifications; social kontakt, identitetskapande och bekräftelse samt livsstilsutövning. Med det menas med andra ord att det är i första hand nämnda ting som människor gör att människor väljer sig att söka sig till de medier de använder. Exempelvis så sökte sig Hanna, 21 år möjligtvis till Helgon för att fylla behovet att bygga sin identitet som vuxen.

Det är med andra ord enkelt att se hur alla använt sina communitys för att uppnå olika mål. De har alla försökt nå målet av att fylla sina behov, även om de funnits i olika former. Det har med andra ord inte varit communityn i första hand som varit det styrande i valet av community, utan specifika motiv. Det blir alltså en fråga om ”varför använder användaren mediet?” i linje med teorin om Uses and Gratifications.



## 5.2 Nuvarande användning

Idag var alla medlemmar på Facebook. Samtliga använde dessutom större delen av sin tid på internet till sociala aktiviteter, såsom chattande, mejlande eller någon annan form av social interaktion. Vissa nyttjade internet till nöje såsom att spela spel eller något annat intresse.

När intervjuobjekten blev tillfrågade om varför de använde sig av Facebook valde de att vara noga med att påpeka att de inte använde Facebook av samma anledning som tidigare. En gång i tiden var communityanvändandet framförallt för att ta kontakt med nya människor, nuförtiden så användes dem för att hålla kontakt med nuvarande kontakter. I Uses and Gratifications nämns behovet av säkerhet, dvs. att man skulle välja att använda sig av medier för att kunna fylla behovet så att man inte behöver oroa sig om sin omgivning. Genom att använda medierna fick man en bekräftelse på att allt i en umgängeskrets är såsom det ska vara och behöver på så sätt inte oroa sig för eventuella problem. Det är självklart att ovanstående tanke kanske bara handlar om hur de vill fylla upp sitt nätverk, att kunna fortsätta bygga sin historia likt de nätverk som Wenger nämner i Communities of Practice också.

Två av de intervjuade hade nästan en nervös attityd kring Facebook, då de ansåg att de missat och/eller skulle missat massa information om saker som hände i deras omvärld eftersom majoriteten av deras kompisar slutat använda traditionella kommunikationsmedel såsom telefonen i fördel för Facebook. Det blev med andra ord ett sätt att uppdatera sig kontinuerligt med information, ett behov som ges som en anledning till varför man möjligtvis skulle vilja använda medier.

En av de tillfrågade, Hanna, 21 år, valde däremot att påpeka att sitt val kring en annan community, Bilddagboken, var framförallt för den funktionen som hemsidan levererade. Man skulle kunna tänka sig att sökandet efter en funktion hos människor som Hanna har tillsammans med mediet i sin tur skapat denna community, eftersom behovet uppenbarligen funnits. I riktlinje med vad Jenkins skriver om

Konvergenskultur så har det uppenbarligen funnits ett behov som täckts, genom att få ihop communitydelen som funnits som en vital funktion tidigare för människorna och sedan blandad det med möjligheten att kunna dela med sig av bilder. Kanske är det så att behovet från publiken tillsammans med företagarnas vilja skapat en gemensam plattform för dem att existera på, att Hannas önskan tillsammans med flera andra att dela med sig av sina bilder på ett enkelt sätt samtidigt som de kunde skriva om det skapade Bilddagboken?

### 5.3 Huvudsakliga anledningar till byte

Anledningar till att folk valt att byta community har varierat med årens gång enligt dem själva. Många valde exempelvis att gå med i communitys till att börja med för att utveckla nya kontakter och gemenskaper över nätet, medans de i senare dagar valde att byta community för att behålla de kontakter de skapat på den tidigare platsen.

En stor del av intervjuerna har fått många svar som lagt stor vikt på den sociala aspekten av deras byte vid communityn kontra deras bestämda val att inte göra det. Även om många av dessa går att koppla direkt till Uses and Gratifications så går det även att dra en parallell till Wengers teori om Communities of Practice.

Wenger menade att alla infattade sig i nätverk av människor som strävade efter att nå mål, oavsett hur uppenbara eller ouppenbara dessa var för den enskilda individen. Genom dessa nätverk och grupper av människor så tar man sig igenom olika typer av problem för att hitta en gemensam lösning på olika problem, oavsett om det är på arbetsplats eller i hemmet. Man skulle kunna likna valet av communitys efter denna teori. Eftersom det uppenbarligen inte är ett enskilt beslut kring huruvida vilken community man rörde sig vidare till utan snarare för att ens vänner ansåg att det fyllde det behov och mål man eftersökte .

En del av personerna valde att nämna åldersgrupperna som en viktig del av valet av community. Många yngre tillhörde enligt dem en viss typ av community medan de äldre fokuserade sig på att tillhöra en annan. Motivationen för communityvalet skulle på så vis enligt dem själva från egen erfarenhet bero på huruvida man valt att anse sig äldre än den huvudsakliga publiken på den tidigare communityn. Man kan se detta

som en form av identitetsskapande och bekräftelse av den nuvarande attityd man har, som en anledning som i sin tur skapat ett behov av att använda det specifika mediumet. Att man väljer att förflytta sig för att känna sig vuxnare till attityden är en anledning som skulle kunna gå i hand med teorin om Uses and Gratifications.

För Karolina och Hanna var den massa av människor den huvudsakliga anledningen till att de för nuvarande använder Facebook och tyckte sig både se problem om ett byte från Facebook någonsin skulle kunna tänkas hända. För dem är det med andra ord säkerheten som är den anledning som troligtvis håller kvar dem vid Facebook. Att finna den majoritet av människor som faktiskt existerar där för tillfället är något som de ser som tryggande och är en stor anledning till att de fortsätter använda den specifika plattformen.

## 6.1 Avslutning

Jag inledde arbetet med att visa hur stor del av befolkningen som faktiskt använder sig av sociala medier nuförtiden och vad som har skett med de tidigare communitys som människor använt sig av. Sjunkande användarantal har ökat besöksstatistiken på en och samma webbplats. Fokus hamnade på att försöka hitta en förståelse kring varför detta bytte skett. Arbetet har varit givande för min egen del och gett en lätt klarhet i frågan även om många efterforskningar skulle kunna göras enligt mitt eget tycke. Här nedanför kommer en sammanfattning om arbetet samt en diskussion om resultatet från min egen synvinkel.

### 6.1 Sammanfattning

Studien har gett många olika resultat. Majoriteten av intervjuerna pekade däremot på att den huvudsakliga anledningen man använde communitys var för att hålla kontakt med nuvarande kontakter och/eller ta kontakt med nya människor. Funktioner var aldrig riktigt något som de lade ner någon direkt tanke på vid många tillfällen, även om enstaka grejer uppskattades hos många av de intervjuade.

Att byta community slutade oftast i ett val av antingen huruvida andra människor i deras närhet valde att ansluta sig till den communityn. Det fanns dock fall där människor i tidigare dagar valt att byta community kring attityd och intresse.

För att besvara dessa val hittade vi svar hos Uses and Gratifications, där vi i många fall såg klara likheter med de tillfredsställelser som McQuail valt att framhäva var anledningar till att använda medier. Social kontakt, säkerhet och identitetsskapande var exempelvis sådana saker som var viktiga behov som var tvungen att fyllas vid deras val och användning av communityn.

När man väl valde att fokusera sitt val beroende på funktioner så har behovet täckts genom att slå samman två tidigare vitala delar i deras användande fyllts genom att två medier slagits ihop av någon och löst detta problem. Grupp beteendet som lyftes fram av många parter kunde även liknas vid eftersträvandet av ett gemensamt mål som Wenger beskrev i sin Communities of Practice.

## 6.2 Diskussion

Under arbetets gång förändrades min huvudsakliga åtanke kring varför jag skrev arbetet till något helt annat. Min huvudsakliga tanke när jag började skriva om anledningen till varför folk bytte communitys var att de eftersökte en viss funktion hos de nya medierna som ses idag, såsom Twitter och Facebook. Istället möttes jag av ett ganska stort budskap som lydde; människor använder communitys framförallt för sammankoppling med andra och har lite tanke på funktioner.

Det må ses som ganska dumt att glömma bort att anledningen till att man skapade forum en gång i tiden var för att få kontakt med människor och diskutera ens omvärld. Att sociala medier faktiskt kallas sociala medier av en viss anledning, med tanke på att många utvecklar sina webbsidor för specifika ändamål såsom YouTube och Flickr som använder sig av antingen video eller foto för att locka åt sig användare. Kanske hade även Facebook, Lunarstorm och Helgon denna funktion?

Resultatet visade delar av detta. Exempelvis sökte sig vissa av användarna till Bilddagboken för att dem hade en kamera och bilddelningsfunktionen var den huvudsakliga attraktionen med att investera sin tid i en sådan hemsida. På samma sätt valde många att nischa in sig på specifika intressen vid tidigare ålder, men vid äldre åldrar verkar användningen ha fått en mer generell inriktning. Är det för att medierna själva valt att öppna upp sig för fler målgrupper eller är det människorna som eftersöker en större bredd i sitt utbud på det community de valt?

Men huvudsakligen valde folk att gå med i communitys, förr och då, för att lära känna människor. Även om anledningen varierade mellan att lära känna nytt folk och hålla kontakten med nuvarande vänner i sin omgivning. Att hålla sig uppdaterad var en central del i intervjuobjektens liv och internetanvändande, om det så var på Facebook eller någon annan plattform förr i tiden.

Vad är det egentligen som jag har fått komma fram till? Människor verkar inte ha någon direkt huvudsaklig anledning till att de använder communitys för tillfället, åtminstone om man ska tro de intervjuobjekt jag fått intervjua. Här är det mer den gruppanda eller gruppering av människor som de redan känner som spelar den

huvudsakliga rollen i deras val. Det finns alltså inget större behov av att lära känna nya människor via exempelvis Facebook. Facebook fungerar snarare som central kontaktpunkt för ens personliga kontaktnät i verkliga livet, fast på nätet.

Det är därför helt möjligt att anta att communitys fått en helt ny roll i dagens samhälle som inte riktigt går att jämföra med de äldre. Lunarstorms stängning kanske helt enkelt berodde på att vi var van vid att lära känna nya människor på nätet, till skillnad från nuförtiden då vi är vana vid att redan känna människor. Men några av intervjuobjekten var noga med att påpeka att det var åldern som spelade roll för deras del. Kan vi med andra ord finna andra resultat på communitydelen hos den ännu yngre publiken i åldern 12 till 17? Detta är helt klart en del av forskningen kring byten av nätverk som skulle behövts göra, eftersom den publiken är en generation som växer upp i ett samhälle där nu inte endast ungdomar använder sig av internet för att hålla kontakten med andra människor, utan även de vuxna i hemmet.

Det är möjligt att en modifiering av frågeställningen kanske skulle ge andra svar kring ämnet, denna modifiering i form av ”varför använder du inte Facebook?” Då hade vi fått den användarbas som för tillfället inte sökt sig till att använda Facebook i första hand och se vad som deras huvudsakliga anledning till communitybyte och användning är. Det är möjligt att dessa personer inte har varit medlem på någon tidigare community eller använder något annat än Facebook däremot.

## Källhänvisning

### Tryckta källor

Jenkins, H., (2006) *Convergence Culture – Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York

Kvale, S., Brinkmann, S., (2009) *Den Kvalitativa Forskningsintervjun*, 2:a upplagan, Studentlitteratur AB, Lund.

McQuail, D., (2005) *McQuail's Mass Communication Theory*, 5:e upplagan, SAGE Publications Ltd, London.

McQuail, D., Blumler, J. & Brown J.R., (1972) *Sociology of Mass Communications*, Penguin Books Ltd., Harmondsworth

Wenger, E., (1998) *Communities of Practice*, Cambridge University Press, Cambridge

### Internetkällor

Helgon.se, <http://beta.helgon.se/> [Tillgänglig 2010-11-17]

Bilddagboken, *Om oss/Kontakta oss*, <http://bilddagboken.se/p/contact.html> [Tillgänglig 2010-11-17]

Kamrat.nu, <http://www.kamrat.nu/> [Tillgänglig 2010-01-17]

Kazeniak, A., (2009) *Social Networks: Facebook Takes Over Top Spot, Twitter Climbs*, <http://blog.compete.com/2009/02/09/facebook-myspace-twitter-social-network/> [Tillgänglig 2011-01-17]

Kaplan, A. & Haenlein, M. (2009) *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, <http://www.sciencedirect.com/science/article/B6W45-4XFF2S0-1/2/600db1bd6e0c9903c744aaf34b0b12e1> [Tillgänglig 2011-01-17]

KIA-Index Bilddagboken, <http://kiaindex.net/info/o:57> [Tillgänglig 2010-12-05]

Racheff, J., (2010) *Mark Zuckerberg Calls 'The Social Network' Inaccurate*, <http://www.limelife.com/blog-entry/Mark-Zuckerberg-Calls-The-Social-Network-Inaccurate-VIDEO/77351.html> [Tillgänglig 2011-01-17]

Zuckerberg, M., (2010) *500 Million Stories*, <http://blog.facebook.com/blog.php?post=409753352130> [Tillgänglig 2010-11-28]

Wikipedia, *Helgon.net*, <http://sv.wikipedia.org/wiki/Helgon.net/> [Tillgänglig 2011-01-17]

Wikipedia, *Lunarstorm*, <http://sv.wikipedia.org/wiki/Lunarstorm/> [Tillgänglig 2011-01-17]



## Bilaga 1: Intervjuguiden

### Uppvärmningsfrågor:

- Hur gammal är du?
- Är du uppväxt i Sverige? Vart? Om inte; vart kommer du från ursprungligen?
- Vad jobbar/pluggar du med?
- Vad har du för utbildning?
- Hur länge har du använt dig av Internet?
- Hur ser dina Internetvanor ut? Har du en egen dator med Internetuppkoppling i hemmet och/eller på jobbet/skolan?
- Hur mycket använder du dig av Internet i veckan?
- Vad använder du det huvudsakligen internet till?

### Tematiska frågor med uppföljningsfrågor:

- Är du med i några communitys såsom t ex Facebook?
- Hur länge har du använt dig av communitys?
- Vilka communitys har du tidigare varit medlem på?
- Om du har varit medlem på ett tidigare community; varför bytte du?
- Vad är den viktigaste faktorn till att du bytt community?
- Vad är den stora skillnaden mellan de olika communitys du varit med i?
- Skulle du stannat kvar hos den tidigare communityn om den erbjöd dig samma typer av tjänster som den nuvarande gör?
- Om ja/nej; varför?
- Tror du att andra resonerar på samma sätt som dig själv?
- Vad skulle få dig att byta från nuvarande community till en nyare?

### Tolkande frågor:

Tolkande frågor används för att kontrollera med intervjuobjekten hur väl man uppfattat meningen med olika uttalanden. Exempel på en tolkande fråga är: Är det här rätt uppfattat?