

EXAMENSARBETE

Hösten 2007

*Institutionen för beteendevetenskap
Sociologi*

Communities

Nätgemenskap ut ett sociologiskt perspektiv

Författare

Josefine Welin

Handledare

Gudmund Jannisa

Abstract

Detta är en kvalitativ, kvantitativ och teoretisk studie om människor och communities. Utifrån bland annat teoretiker som Giddens belyses ämnen som postmodernism och vart den har först oss. Utifrån Israels sammanfattning av teoretiker kan man ta del av Bourdieus tankar om socialt och kulturellt kapital, samt sociala fält.

De egna teorierna har uppstått ur kvalitativa undersökningar såsom intervjuer. Även kvantitativa undersökningar har gjorts på medlemmar på community *Helgon*.

I analyskapitlet sammanvävs frågeställningarna med teoretikerna och undersökningarna. Studien visar att communities används som en marknad för att synas. Detta är inget nytt fenomen utan även människor i de förmoderna samhällena ville sticka ut. Vad postmodernismen har gett oss är ett nytt fält att leva ut detta behov.

Nyckelord: Communities, Facebook, Helgon, modernism, sociala fält

Innehållsförteckning

1. Inledning	4
2. Syfte och frågeställningar	5
3. Begreppsförklaring	5
4. Avgränsning	6
2. Teori	6
2.1 Johan Asplund.....	6
2.2 Joachim Israel	7
2.3 Anthony Giddens	9
2.4 Manuel Castells.....	11
2.5 Sammanfattning	13
3. Metod	14
3.1 Metodval	14
3.2 Kvantitativ metod.....	15
3.3 Kvalitativ metod.....	15
4. Resultat	16
4.1 Den kvantitativa undersökningen	16
4.1.1 Hypotesprövning; De med flest bilder, har flest besökare.....	16
4.1.2 Hypotesprövning; Det finns en jämn fördelning av ålder och kön.....	16
4.2 Den kvalitativa undersökningen	16
4.2.1 Sammanfattning intervju 1.....	16
4.2.2 Sammanfattning intervju 2.....	19
5. Analys.....	21
5.1 Communities som ett miniatyrsamhälle.....	21
5.2 Vad är det människan söker?	22
5.3 Vad du kan vinna och vad du kan förlora	22
5.4 Skapat behov eller gammalt i ny skepnad.....	22
6. Sammanfattande diskussion	23

Källförteckning

Bilagor

1. Inledning

Att människan är en social varelse konstaterade Aristoteles år 350 f. Kr. Aristoteles ska även ha sagt att för att kunna vara ensam måste man antingen vara ett djur eller gud. I vår strävan att undvika ensamhet, har nya tekniska landvinningar skapats och nya sätt att mötas. Detta utgör en intressant plattform för en postmodern sociologisk studie.

Datorn är inte längre en grådaskig räknemaskin i ett kontorslandskap; ettor och nollor (binärkod) används numera inte bara som medel för att skapa kalkyler, utan för att skapa grafiska rum där vi kan socialisera.

Internet eller *The world wide web* är ett forum där vi inte enbart söker information, det är ofta här vi möter nya människor och skapar nya kontakter. Detta leder oss in på det ämne denna uppsats kommer att handla om; *communities*.

Ett community är en sida där du kan skapa ditt eget rum med bilder, personbeskrivning och kontaktlistor. Du har en inbox där du kan läsa vad andra skrivit till dig och du kan titta på andras sidor och skriva några rader. Det har på senaste tiden dykt upp fler och fler communities. Det finns för människor med olika specialintressen eller för dem som söker vänskap eller partners.

Anledningen till att jag har valt detta ämne är att jag själv liksom de flesta av mina vänner är medlemmar i ett eller flera communities. Ofta när jag loggar in känner jag nästan genast ”varför gjorde jag det?”. Har även under lång tid frågat mig själv varför jag är medlem. Vad är det jag söker, känner jag att något tillfredställs? Kanske en av de viktigaste frågorna; vad är det för behov jag har som jag tror mig kunna tillfredställa där?

Jag brukar även bli förvånad över vilka vågade och avslöjande bilder folk lägger upp på sig själva. Vad vill de säga med dessa? Som ni säkert märkt är det många frågor som snurrar i mitt huvud. Kanske finner jag svaret på dem eller i alla fall några av dem. Det återstår att se...

2. Syfte och frågeställningar

Syfte med denna uppsats är att med sociologiska ögon studera hur individen använder communities som kontaktnät och socialiseringsplats, även vilken grupp människor som är överrepresenterade och sambandet mellan hur man marknadsför sig och popularitet. Finns det över huvud taget något samband? Uppsatsen utgår från dessa frågeställningar:

Kan man kalla communities för miniatyrsamhällen med sina egna språk, regler och normer? Om det är miniatyrsamhällen, lider de då av samma eller liknande problem som samhället i stort gör?

Vad är det man söker som medlem i ett community? Vad söker individen och vad kan man vinna eller förlora?

Är denna typ av kontaktsökande och kommunikation ett skapat behov eller ett gammalt i ny skepnad?

3. Begreppsförklaring

Community är en så kallad nätgemenskap. En mötesplats på Internet. Det som gör communities speciella är att man måste vara medlem för att kunna logga in. Ofta är medlemskap gratis, men det finns även de som kostar. När man blir medlem får man en egen sida. Där kan du lägga upp en presentationsbild på dig själv och skriva om vem du är. Du kan även föra dagbok, skriva i forum och lägga upp bilder i ditt egna fotoalbum. De flesta communities är riktade mot olika grupper som exempelvis de med speciell musik- och klädsmak, singlar eller de som vill hitta nya vänner. För att det ska bli enklare att finna vad du söker, så ska du även uppge var du bor och din ålder.

På din sida kan du se vilka andra medlemmar som varit inne och kollat på din sida och du kan även kolla vilka andra medlemmar som är online. Hittar du någon som verkar intressant kan du skriva ett inlägg i den personens gästbok. I vännerlistan sparar du alla dina vänner och du kan se om de är online samtidigt som dig.

Detta är grunderna i ett community, sedan har självklart olika communities olika specialiteter. På vissa kan man chatta och lägga upp musik, andra som Facebook har olika Groups man kan gå med i. Exempel på en sådan Group är "Bevara oss från gatuvåldet" som Anton Abele startade efter dödsmisshandeln av 16-årige Riccardo Campogiani. Abele fick "Free your mind" - priset på årets MTV-gala för sina insatser att skapa både en debatt och

demonstrationer (<http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=147&a=711740&rss=1399>). Detta visar på vilken makt ett community kan ha när flera personer går samman mot ett gemensamt mål.

4. Avgränsning

Jag har valt att skärma av mitt forskningsområde till de communities där man har en egen sida och presentationsbild på sig själv. Alltså forum hamnar inte i mitt område då det där är vanligast att ha en ”stulen” bild, så kallad avatar. Det är inte heller ett krav att man avslöjar några fakta om sig själv. Exempel på dessa typer av communities jag ska skriva om är följande: Lunarstorm, Facebook, MySpace och Helgon.

2. Teori

2.1 Johan Asplund - Gemeinschaft och Gesellschaft

Tänk om man skulle jämföra en storstad med communities på Internet. För det finns tydliga likheter. Det passar som en metafor, för att ge en förenklad bild av annars något stort och lite ogreppbart. Enligt Asplund anser Jane Jacobs att en storstad är en anhopning av främlingar. Att stöta på någon man känner, en vän eller gammal bekant kan ses som en anomali. Något ovanligt som man inte är beredd på (Asplund 1991:52). Vidare fortsätter Asplund att i en storstad möter man inte bara främlingar, utan hela tiden nya främlingar. Vissa kan du känna igen som exempelvis försäljarna, men de är likväl främlingar. Man vet inte varandras namn och man bjuder inte hem varandra. Medan gatorna och husen ser likadana ut och är de samma, förändras hela tiden flödet av nya människor. Hela tiden ny variation och mångfald (Asplund 1991:53).

En väl fungerande storstad måste också innehålla synonymerna ”trygghet” och ”säkerhet”. För att människor ska vilja vistas i storstaden måste de känna sig trygga. Det ska finnas ett skydd till hands, en säkerhet. Även ”räddaren” alltså polisen, brandkåren eller bara en hjälpare hand är en främling, men man ska kunna lita till hans hjälp. I en välfungerande storstad håller främlingar koll på varandra. Risken med att bli upptäckt om man begår ett brott blir överhängande och en risk inte värd att ta (Asplund 1991:56ff). Jacobs ser storstaden som Gesellschaft och småstäder, byar och andra småsamhällen som Gemeinschaft. För att en storstad inte ska bli en pseudogemeinschaft och förlora det som skapar en fungerande stad, krävs det att den är en ren Gesellschaft (Asplund 1991:56).

Alla storstäder är dock absolut inte helt fungerande Gesellschaft. Det blir för oss väldigt tydligt i det välkända fallet Kitty Genovese. Hon är kvinnan som blev knivhuggen mitt i ett bostadsområde i New York. Mördaren gick iväg och kom tillbaka för att hugga henne i sammanlagt en halv timme. Det som gör fallet så känt och till en stor socialpsykologisk händelse är att trettioåtta vittnen såg händelseförloppet, men ingen ringde polisen (Asplund 1991:123).

När två unga forskare, Latané och Darley, utförde ett flertal experiment för att testa bland annat hjälpsamhet från personer på gatan och personer i en mindre miljö. Visade det sig att människor var villiga att hjälpa om ”kostnaderna” var låga (Asplund 1991:125ff). Det som förvånade dem mest var att passiviteten ökade i större grupper. Detta strider mot vad vi kanske föreställer oss. Alltså i större grupper borde chansen öka att någon ställer upp. Här kommer enligt Asplund ”kostnaderna” även kallat *homo oeconomicus*, in igen. Alltså vi ingriper bara att hjälpa så länge det lönar sig (Asplund 1991:130). Dock ändras denna altruism om offret och ögonvittnet bytt några ord, om bara för en kort minut. Alltså bekanta hjälper varandra i stor grad, även de med mycket liten bekantskap. Asplund lägger här även till att folkmängden är större i Gesellschaft än i Gemeinschaft och drar då slutsatsen att benägenheten att hjälpa till är mindre i Gesellschaft än i Gemeinschaft. Sammanfattningsvis motverkas altruism i Gesellschaft och befrämjas i Gemeinschaft (Asplund 1991:134ff).

2.2 Joachim Israel Handling och samspel - Ett socialpsykologiskt perspektiv

Följande är ett sammanfattande resonemang kring de tankar om socialt samspel som Joachim Israel behandlar i boken *Handling och samspel - ett socialpsykologiskt perspektiv*.

För att det ska finnas ett samspel krävs det att två eller fler personer har något gemensamt, alltså något som överskrider det som är subjektivt, något som är specifikt för en person. Intersubjektivt kallas det som är gemensamt, exempelvis språk, kunskaper, existensvillkor eller situationer de gemensamt kan hamna i och sedan uppfattar eller tolkar på liknande sätt (Israel 1999:46). Enligt Hegel går medvetandet igenom olika stadier i sin utvecklingsprocess. Höjdpunkten nås när vi kan formulera allmänna begrepp. Då begriper vi världen och oss själva. Däremot är våra sinnesintryck individuella och enskilda (Israel 1999:48). Hegel säger även att människor endast blir till människor i andra människors närhet. Om människor överhuvudtaget ska finnas till, så måste det finnas fler. Vad människor sedan drivs utav är begär. Är vi hungriga vill vi äta, är vi trötta vill vi sova. Det som skiljer människan från djuren är att vi inte bara har ett begär, vi vill även vara ett begär hos andra (Israel 1999:50).

Simmel förklarar ordet "samhälle" som ett samspel, alltså det som binder samman människor. Detta samspel benämner han även som "växelverkan". Socialisationsprocessen gör människor till medmänniskor och medborgare. Denna växelverkan karakteriseras av två motsatta tendenser, nämligen imitation för att passa in och individuell avgränsning för att hävda självständigheten (Israel 1999:53). Genom imitation avsäger man sitt ansvar. Sina handlingar kan försvaras genom "alla gör så" eller "man har alltid gjort på det viset". Denna tendens befrämjar likformighet och integration. Den andra tendensen alltså individuell avgränsning befrämjar istället olikhet, självhävdelse och önskan att skilja sig från mängden. Detta är även ett uttryck för samhällets klasstrukturer och hierarki. Genom kläder, estetisk smak, gällande konst, musik och läsvanor osv. Pierre Bourdieu har undersökt detta närmare och kallar det för socialt och kulturellt kapital. Enligt Simmel strävar ständigt de lägre klasserna uppåt, genom att imitera överklassen. Detta är dock ett omöjligt mål. När underklassen har tagit överklassens vanor och mode, så ändrar de. För mista sin egenart vill de inte (Israel 1999:54).

Pierre Bourdieu ifrågasätter om en persons livshistoria kan påverka hennes nuvarande förhållningssätt och sociala samspel. Som svar inför han begreppet "habitus". Habitus är en öppen och fluktuerande struktur. Habitus är gemensamt för framförallt en klass eller grupps historia. Den betecknar återkommande handlingsmönster och kommer till uttryck för klassens och gruppens sätt att tänka och handla. Alltså en människas historia gör att vissa förhållningssätt är självklara och vissa saker som ter sig bekanta blir oproblematiska. Det är inte förrän man stöter på problem som man börjar fundera över sitt handlande och tankesätt (Israel 1999:87ff). Bourdieu hävdar att habitus har kommit till av en lång socialisationsprocess som är förknippad med ens sociala klasstillhörighet. Uppfostringsprocessen är alltså klassbestämd. Arbetarklassen och överklassen förmedlar olika värden (Israel 1999:89).

Bourdieu tar även upp begreppet sociala fält. Ett socialt fält handlar om ett nätverk av relationer. De som tillhör nätverket strävar efter ett visst gemensamt mål som innefattar auktoritet, makt eller stort inflytande. Det bidrar till att aktörerna i det sociala fältet konkurrerar med varandra bland annat över vad som är betydelsefullt eller kulturellt och vetenskapligt legitimt. Ett socialt fält utgör ett spelrum där "vinsterna" är begränsade (Israel 1999: 90).

2.3 Anthony Giddens Modernitet och självidentitet - Självet och samhället i den senmoderna epoken

Modernitet är en posttraditionell ordning, där man frågar sig hur man ska leva. Den frågan besvarar man varje dag i olika beslut man tar. Exempelvis i hur man väljer att uppträda, att ha på sig, vad man äter osv. (Giddens 1997:24). Giddens säger att den moderna världen är en skenande värld. Att förändringar går snabbare nu än förr. Sociala praktiker och beteendemönster är mer omfattande och går djupare. Giddens fortsätter med att denna förändring beror på tre huvudelement. Det första är åtskiljandet av tid och rum. I förmoderna sammanhang hade tid och rum förbundenhet genom platsens belägenhet. Så är det dock inte längre. Nu krävs det att en organisation ska fungera utan att alla människor i organisationen befinner sig fysiskt på samma plats. Det är mycket utbyte vi gör utan att träffa personen utbytet sker med i verkligheten. Ta kortköp till exempel. Vi köper saker över Internet och litar på en helt främmande person att det som bestämts fullföljs. Denna "tillit" har i det moderna samhället nästan blivit starkare till människor vi aldrig mött fysiskt, än till de i vår närhet. Det andra huvudelementet är utbredning. Med det menas exempelvis tecken eller värde som är globala. Förslagsvis pengar är ett sådant värde och tecken. Tid är pengar och rummet styrs och binds samman av pengar (Giddens 1997:25ff). Det tredje och sista huvudelementet i den moderna dynamiken är institutionell reflexivitet. Giddens beskriver det som den reglerande användningen av kunskap om sociala livsvillkor som ständigt är i förändring (Giddens 1997:30ff).

Giddens säger att den stora utbredningen av tidsrummet som moderniteten skapat gjort att "självet" och "samhället" är mer ömsesidigt förbundna på global nivå nu än någonsin tidigare (Giddens 1997:44). Denna snabba förändring som moderniteten bidragit med lämnar människor i ett förvirrat stadium i sin självidentitet. I takt med att samhället förändras måste människor som lever i det anpassa sig. När allt har blivit så globalt som det är idag söker man inte hjälp från äldre generationer och deras kunskap, terapi blir ett sorts skyddsnät som människor behöver när de inte kan finna stöd eller trygghetskänslor i den stora globala omgivningen (Giddens 1997:46). Något som är typiskt för vår tidsanda är böcker om självterapi. Dessa typer av böcker uppmanar en att leva i nuet. Att vara medveten vid varje ögonblick ska öka ens koppling till dom egna tankarna, känslorna och kroppsförnimmelser, hävdar terapisten och författaren Rainwater, som Giddens har valt att ha med i sin bok (Giddens 1997:90). Men det viktigaste med att leva i nuet är att kunna planera en egen livsbana som överensstämmer med ens innersta önsknings. Rainwater rekommenderar därför att man ska föra dagbok. En privat bok som i slutänden blir lite som en självbiografi. Om inte

blir det ändå en spegling av ens egen utveckling och tankar (Giddens 1997:91). Är dessa så kallade "självhjälpsprogrammen" ett modernt fenomen eller har det funnits till länge, frågar sig Giddens. "Baumanister" hävdar att vår betoning på individualitet inte fanns i förmoderna epoker (Giddens 1997:94).

Moderniteten har konfronterat individen med mängder av val. Detta är komplext i och med att modernitetens icke-fundamentala karaktär, erbjuder liten hjälp i detta val. Ett av dessa val handlar om livsstilar och då inte endast i den ytliga, konsumerande bemärkelsen, utan även i valet av livsstil i hur vi betar oss, handlar i olika situationer och mål vi sätter upp för oss själva. Giddens säger att i detta postmodernistiska samhälle är vi tvungna att välja. Det går inte att ställa sig utanför detta val och samtidigt vara en del utav den (Giddens 1997:101). Valet eller skapandet av en livsstil påverkas av grupstryck, socioekonomiska förhållanden och synliga förebilder. I den pluralistiska värld vi nu lever i är det mycket olikartade områden, segregering är även det ett problem. De gamla samhällena liknade varandra mer, de var så att säga jämförbara (Giddens 1997:103ff). Media har gjort att den situationella miljön har suddats ut. Speciellt de elektroniska medierna visar platser man aldrig varit på och man ser saker man aldrig annars hade sett (Giddens 1997:105). Man skulle kunna säga att i dagens samhälle har världen blivit mindre i och med hur långt tekniken hjälper oss att nå, men samtidigt väldigt stor, av samma anledning. För alla individer och grupper är det självklart att deras livsmöjligheter bestämmer livsstilsvalen. Att kunna frigöra sig från förtryckande situationer är avgörande för att kunna vidga sina livsstilsmöjligheter (Giddens 1997:107).

När man pratar om livsstil och livsstilsmöjligheter är det omöjligt att bortse från den mänskliga kroppen. Kroppen är inte bara ett fysiskt redskap för vårt handlande, den är även viktig i flera aspekter som är relevanta för självet och självidentiteten. Hur man klär- och smyckar sig omfattar några av kroppens ytliga drag i framträdandet. Genom dessa ytliga attiraljer bildar omgivningen sina uppfattningar och tolkar personers agerande (Giddens 1997:122). I många förmoderna kulturer har det kroppsliga framträdandet varit enligt traditionella kriterier. Sättet att sminka sig eller klä sig har länge varit ett sätt att visa på sin individualitet, men det har skiljt sig i hur långt ut man kunnat sväva. Även i dag är kläder och smink som social identitet inte upplöst, utan signalerar klasstillhörighet, klassposition och yrkesstatus. Valet av klädstilar påverkas av grupstryck, reklam, socioekonomiska resurser och andra faktorer som istället för individualiserar standardiserar (Giddens 1997:123). Vidare fortsätter Giddens till att prata om anorexia. Han anser att dagens alla fysiskt påtvingade ideal

från omgivningen och media, skapar denna typ av självdestruktiva makt. Som Rainwater skriver i sin "självhjälparbok" "Du är chef över dig själv!". Fast när det kommer till anorexi, har chefen blivit maktgalen. Vad Giddens vill få fram är följande, i en värld med mångfaldiga men vaga valmöjligheter, finns dock valet över ens egen kropp. Alla människor behöver känna någon sorts av kontroll över sin omgivning (Giddens 1997:131ff).

Om man tar detta livsstilsval och drar kroppens del av det hela till max, glider man till slut in på narcissism. Narcissism är en självupptagenhet som förhindrar individen från att hitta fungerande gränser mellan självet och den yttre världen. En narcissist tar den yttre världen och ställer i proportion till sig själv, "vad betyder detta för mig"? Som narcissist söker man ständigt efter självidentitet, detta sökande hindrar personen från starka intima relationer i och med att den relationen hade ställt krav som i sin tur förhindrat sökandet på självförverkligandet. Som narcissist använder man kroppen som instrument för att nå sinnlig tillfredsställelse. Personligheten tycks för dem sitta i skalet och inte i själen (Giddens 1997:203ff). Narcissism handlar lika mycket om självhat som om självbeundran. Narcissister har bara en liten förståelse för andra personers behov och deras oförmåga att engagera sig i andra gör att narcissisten blir beroende av ständigt tillförsel av beundran och uppskattning. Media spelar som bekant en mycket stor del av vårt liv. Konsumtion riktar sig till precis de delarna narcissisterna dras mot som attraktionskraft, skönhet och personlig popularitet genom konsumtion av de rätta varorna och tjänsterna. Men genom sitt svåra problem med att bry sig om någon en längre tid kan inte relationerna vara intima i fysisk benämning (Giddens 1997:205).

2.4 Manuel Castells - Informationsåldern

Manuel Castells har gjort en omfattande redogörelse för informationsålderns framväxt och dynamik. I trilogin *Informationsåldern* skriver han analytiskt om den teknik som samhället utnyttjar. Samhället har enligt honom gått från en industriell ekonomi till en informationell. Den centrala råvaran idag är information. Det mänskliga intellektet är en produktivkraft.

Rummet är uttryck för samhället. Detta rum är både skapat av tekniken, som i sin tur är skapat genom människan. Rummet lever genom båda dessa ting; tekniskt och socialt handlande. Samhället är uppbyggt kring flöden som exempelvis kapital, information, teknik, organisatorisk interaktion. Även bilder, ljud och symboler tillhör dessa flöden. Detta är uttryck för processer som dominerar vår ekonomi, politik och symbolliv. Det finns även en

ny rumslig form av dessa i social mening beskrivet som *flödesrummet*. Några av dessa flödesrum är telekommunikation, databehandling, etermedier och höghastighetstransporter. Detta är de materiella grunderna. De försvinner inte, men deras logik och mening absorberas i nätverket (Castells 2000:460ff).

Castells tar upp eliten som ett av skikten i flödesrummet. Att eliterna är kosmopolitiska och folket är lokalt. Makten och rikedomens rum projiceras över hela världen, medan folkets liv och erfarenheter är fast på platser i deras kultur och historia. I koder inbyggda i samhällsstrukturen skapas tillträde till maktstrukturen, utan att eliten behöver stänga vägen till sina nätverk. De skapar en subkultur för interpersonella kontakter (Castells 2000:464ff). Elitens strävan är att skapa en livsstil i en symbolisk miljö, utmed flödesrummets sambandslinje. Detta för att de som är medlemmar i eliten ska känna ett samband och en känsla av bekantskap när de vistas i dessa rum, helt oberoende var i världen de befinner sig. Allt är symboler för en internationell kultur där identiteten inte är knuten till något specifikt samhälle, utan medlemskapet är globalt. Detta bidrar enligt Castells till en homogen livsstil (Castells 2000:466).

Castells vill skilja mellan identitet och det man kallar för roll. Roller är enligt honom något som man blir genom normer som struktureras av institutioner och organisationer i samhället. Identitet är däremot källor till mening för och av aktörerna själva, (Castells 1998:20). I en värld av okontrollerade förändringar grupperar människor sig kring primära identiteter: religiösa, etniska, nationella, detta blir till personlig trygghet. När rikedom, makt och bilder fritt flyger omkring, blir jakten på identitet en huvudkälla till social mening. Detta beskriver Castells inte är någonting nytt utan att ända sedan samhällets första början har varit meningsfullt. Dock har det blivit till den viktigaste och ibland enda källan till mening. Människor tycks lägga större vikt vid vad de är istället för vad de gör (Castells 2000:27).

Människor socialiseras och integrerar i sin lokala miljö som byn, staden, förorten och bygger sociala nätverk med sina grannar. Ur dessa nätverk organiseras rörelser. De tre huvudmålen med denna typ av rörelser är krav på levnadsstandard och konsumtion, bekräftelse av lokal kulturell identitet samt erövring av lokal politisk autonomi och medborgardeltagande (Castells 1998:74). På detta vis var det förr. I dagens nätverkssamhälle kännetecknas den kulturella gemenskapen av reaktioner på gamla sociala tendenser som man motsätter sig, defensiva identiteter som används som skydd mot en fientlig yttvärld och uppsättningen av

olika värden man månar över genom specifika koder för självidentifikation. När världen blir för stor för att kunna kontrollera, vill de sociala aktörerna krympa den. Nätverken tar bort betydelsen av tid och rum och förankrar människor (Castells 1998:78ff).

Castells skriver att den internetförmedlande kommunikationen är ett nytt fenomen och att det därför finns lite vetenskapliga forskningar i ämnet. Åsikterna huruvida denna kommunikation är socialt eller ej går isär. Personlig isolering eller ny gemenskap? Gemenskaps känslan finns där, men risken finns att man flyr från verkligheten. Att det skapar och utvecklar intressen är man dock överens om (Castells 1998:404ff). Internet bidrar till bredare sociala kontakter i ett samhälle som tycks vara på väg mot individualisering och försvagad medborgaranda. Nätkommunikation uppmuntrar till obehindrad diskussion och ger utrymme till uppriktighet, men nätvänskap kan snabbt dö vid olika åsikter, genom endast ett klick kan förbindelsen vara bruten för evigt (Castells 1998:407).

2.5 Sammanfattning

I motsats till vad vi kanske föreställer oss, ökar passivitet i större grupper. Rimligen borde chansen öka när det finns fler personer inblandade. Asplund tar upp begreppet "kostnader" även kallat homo oeconomicus. Alltså vi ingriper endast om det lönar sig (Asplund 1991:130).

Dock ändras denna altruism om offret och ögonvittnet bytt några ord. Slutsatsen blir att man är mer benägen att hjälpa dem man är bekant med. Asplund säger även att folkmängden är större i en Gesellschaft än Gemeinschaft och drar enligt detta slutsatsen att benägenheten att få hjälp i en Gesellschaft är mindre, än i en Gemeinschaft (Asplund 1991:134ff).

För att människor ska leva i ett samspel krävs det att två eller fler personer har något gemensamt. Något som överskrider det som är subjektivt och specifikt för en person. Språk, kunskaper, existensvillkor eller en situation de gemensamt hamnat i och kan tolka eller uppfatta på liknande sätt, kallas för intersubjektivt gemenskap (Israel 1999:46).

Hegel säger att människor endast blir till människor i andra människors närhet och att det måste finnas fler för att de överhuvudtaget ska finnas till (Israel 1999:50). Hegel förklarar också ordet samhälle som ett samspel, även kallat "växelverkan" som karakteriseras genom två tendenser. Den ena är imitation för att passa in, den andra är individuell avgränsning för att hävda sin självständighet (Israel 1999:53). Castells resonerar att samhället har blivit mer

individualiserat (Castells 1998:407). Kläder, estetisk smak gällande konst, musik och läsvanor osv. kallar Pierre Bourdieu för socialt och kulturellt kapital (Israel 1999:54).

Giddens säger att utvecklingen går snabbare nu än förr. Sociala praktiker och beteendemönster är mer omfattande och går djupare. Han delar upp denna utveckling i tre delar, där den första delen är åtskiljande av tid och rum. Vi umgås mycket med människor vi aldrig mött i verkligheten. Utbredningen av tidsrummet som moderniteten skapat, har även gjort att "självet" och "samhället" är mer ömsesidigt förbundna på en global nivå, mer nu än tidigare (Giddens 1997:44). Den andra delen är utbredning, som betyder att tecken och värden har blivit globala (Giddens 1997:25ff). Det tredje och sista elementet i utvecklingen är reflexivitet, alltså den reglerande användningen av kunskap om sociala livsvillkor som ständigt är i förändring (Giddens 1997:30ff).

I takt med att samhället förändras måste människor som lever i det anpassa sig. Individen konfronteras med mängder av val. Detta säger Giddens är komplext i och med att modernitetens icke-fundamentala karaktär, erbjuder lite hjälp i valen (Giddens 1997:101). Det som styr ens skapande av livsstil eller val av livsstil är gruppsyck, socioekonomiska förhållanden eller synliga förebilder (Giddens 1997:103ff). Samma saker styr även ens val av klädstil, fast här lägger han till reklam. Denna påverkan gör att man istället för att individualiseras, standardiseras (Giddens 1997:123).

Dagens samhälle har gjort att världen blivit mindre i och med hur långt tekniken hjälper oss att nå, men samtidigt väldigt stor, av samma anledning (Giddens 1997:107).

3. Metod

3.1 Metodval

Kvantitativa undersökningar handlar om att ge en statistisk miniatyrbild av en befolkningsgrupp (Jensen 1995:39). Min befolkningsgrupp i denna undersökning är medlemmar på *communit Helgon*. Jag har valt att använda mig av *slumpmässigt urval*, men för att göra en verifieringsprocedur har jag valt att även göra en kvalitativ undersökning. På så vis ges en bredare bild. Slutsatsen kommer då inte endast bygga på ett selektivt material (Jensen 1995:58). Jag kommer att gå in på ca 100 personers sidor för att kartlägga olika faktorer som kön, ålder, bilder, antal vänner, tid som medlem och även hur många besökare

de haft. Genom att undersöka dessa faktorer i en undersökning får man fram olika kategoriers dimensioner för att sedan kunna kartlägga ett samband. Detta är kärnan i den kvantitativa undersökningens kunskapsmål (Jensen 1995:41). Min tanke från början var att även titta närmare på de medlemmar med flest besökare och de med minst, men beslöt mig slutligen från att låta bli, då den undersökningen skulle bli allt för subjektiv. Alla människor tolkar och uppfattar saker olika. Den vetenskapliga äktheten skulle därmed blivit svag. Här nedan följer en beskrivning av hur undersökningarna gått till väga.

3.2 Kvantitativ metod

Baseras på en uppdelning av kön och ålder, för att hypotespröva om det fanns ett samband mellan antal bilder och antal besökare, för att verifiera att det slumpmässiga urvalet talade för forumets övriga population av användare. Genom statistisk hypotesprövning enligt Chi 2-modellen gjordes ett försök för att få fram ett samband mellan kön, ålder och besökare.

Att användarnas medlemsnamn finns med i bilaga istället för endast siffror, beror på att Helgon är en öppen sida, den som vill kan bli medlem och jag anser där med att dessa uppgifter inte är hemligstämplade. Jag utgår från att människor står för sina bilder och texter som de lagt upp på Internet.

3.3 Kvalitativ metod

Genom två *delvis strukturerade* intervjuer ville jag ta reda på användare av communities egna erfarenheter och syn på användande av nätcommunities. Målet var att få en bekräftelse på teoretikernas teorier om hur moderniteten ändrat oss och hur stor betydelse ytlighet har i människors liv. Jag intervjuade en tjej och en kille. I efterhand vet jag att för det första borde jag ha använt bandupptagning på grund av att samtalen då kan bli mer flytande. För det andra att jag borde ha intervjuat fler personer för att tillförlitligheten i ett samband skulle kunna fastställas. Valde att använda öppna frågor, vilket är en bra metod om man vill ha fria svar. Anser inte att jag ska agera moralamma, det som sagt har skrivits ner. Åsikter och tolkningar får stå för var och en som läser.

4. Resultat

4.1 Den kvantitativa Undersökningen

4.1.1 Hypotesprövning; De med flest bilder har flest besökare

Antalet slumpmässigt utvalda användare blev 105 personer. För att kunna undersöka om hypotesen var korrekt behövdes en aritmetisk sammanräkning av alla användares besökarantal. Avgränsning gjordes och dem som blivit medlemmar 2007 plockades bort. De 88 som återstod dividerades med besöksantalet på formel: \sum/n . Medeltalet besökare per person var 10521. Av de 88 medlemmarna hamnade 58 personer under medel och resterande 30 över medel.

Sammanlagda summan av antal bilder hos dem som låg under medel var 465 stycken. Antal bilder över medel blev 258. Sedan dividerades antal bilder med antal besökare för att få en aritmetisk vägning av resultatet. Både gruppen under medel i besökare och dem ovan medel per besökare hamnade på ett medelvärde av 8 bilder per person. Hypotesen kan härmed förkastas, kausalt samband finns inte, det är inte beroende på antalet bilder man får många besökare.

4.1.2 Hypotesprövning; Det finns en jämn fördelning av ålder och kön på community Helgon

Även här användes de 105 slumpmässigt valda användarna. I en treraders korstabell med två kolumner, åldrarnas indelning har jag valt att klassa på förhand. Tabellen omfattar både ålder och kön. Hypotesen är:

H_0 Det finns en jämn fördelning av ålder och kön på communit Helgon

H_1 Det finns inte en jämn fördelning av ålder och kön på communit Helgon

Efter chi-2 beräkning med två frihetsgrader gavs ett kritiskt värde på 5,99 för att H_0 skulle stödjas med 5 % sannolikhet. Resultatet av chi-2 blev 13,13. Detta betyder att det finns mycket starka bevis mot nollhypotesen, således kan den förkastas. Detta betyder att någon grupp av ålder och kön är mer frekventerad.

4.2 Den kvalitativa undersökningen

4.2.1 Sammanfattning intervju 1

Det man kanske på förhand borde veta om intervjupersonen är att det är en kille på 26 år och studerande. Vi träffades i skolans bibliotek där man kan sitta i en lugn men samtidigt kreativ

miljö. Jag kommer nedan att nämna intervjuobjektet under namnet X, då jag anser att han ska få vara anonym.

X är medlem i sex communities. De tre han besöker mest är Facebook, YouTube och MySpace. På frågan varför han är medlem svarar han att det är för underhållning, kompisar och ett sätt att hålla kontakten med dessa. Det är även ett bra tidsfördriv då tillgången till musik och alternativ tv-underhållning är stor. Han gillar även att titta på videobloggar som är som en vanlig blogg fast i videoformat på YouTube. Jag frågade vad han hade för förväntningar på Facebook innan han blev medlem. På den frågan svarar han att det skulle vara ett "hypad" ställe, men inte speciellt långlivat. Han skulle inte ha blivit medlem om det kostat pengar. Han hörde talas om Facebook på TV. CNN's nyheter meddelade att allt fler amerikaner ägnade stora delar av sina arbetsdagar med att sitta på Facebook och att det hade blivit till något av ett problem. Men det var en bekant som ville att X skulle bli medlem och fixade även kontot åt honom. Facebook marknadsför sig som ett ställe att binda nya kontakter på. Detta har X dock inte gjort, men han har fått kontakt med gamla vänner. Att det skulle vara svårt att få kontakt med nya människor tror han inte, bara man vågar. Kanske genom några så kallade Groups. Fast han tvekar över att Facebook skulle vara det rätta stället då det saknar både chat och forum, så det blir mest till att man skriver till folk man redan känner och då blir det överflödigt på något vis. För de man känner pratar man ju redan med över msn, mail eller ringer.

Jag undrar om han tror det kan finnas någon fara med att vara medlem i ett community? Att de har tillgång till ens personliga uppgifter är givetvis en fara, anser X. Dessa kan sedan säljas vidare till företag eller exempelvis FBI. Man ger bort sin integritet när man skriver på avtalet. X tycker det är bra om det finns en åldersgräns. Detta för att förhindra pedofiler från att få tillgång till unga och möjligheten till utnyttjande.

Vi glider sedan in på ämnet popularitet. Att det skulle vara många som söker just det tvekar han inte över. Det syns att de söker ett slags erkännande, men ser olika ut från community till community. Att tjejer skulle ha ett större behov av popularitet på ett socialt community och att killar skulle ha det på till exempel YouTube. Anledningen till att han resonerar så är för att tjejer är allmänt kända för att vara mer sociala och ha lätt för att snacka, medan killar vill producera något mer konkret som då en video. Där kan de provocera fram åsikter. Det handlar alltså om kvantitet i antal besökare än något substantiellt. Men det behöver inte

betyda att det inte skulle vara detsamma för tjejer. För att passa in anpassar man sig till sociala normer. Dock tror X att killar vill sticka ut mer än tjejer.

I framtiden tror X att communities kommer att ha gått vidare, nya varianter lockar gamla medlemmar, de kommer ständigt att ligga i förändring. Exempelvis Facebook som vi pratat mycket om tidigare, består av ytliga kontakter. Detta speglar kanske samhället, alltså att det går mot ett ytligare håll. Företag kan komma att ta över och det slutar finnas till för användarna och blir istället en marknad att sälja saker på. X tror att de som kommer i framtiden kommer spegla den tidens samhälle. Kanske kommer de att bli djupare, mer som bloggar. Ytliga communities kommer att skilja sig från djupa. Sammanfattningsvis tror han att det som folket då vill ha, det kommer att finnas.

Jag undrar om man kan tjäna något på att vara med i ett community. Det kan man anse säger X. På MySpace är det många som säljer sig som musikartister, YouTube har partnerprogram vilket betyder att man kan köpa reklamplats bredvid personers klipp. Men man kan även ”tjäna” nya kompisar och kärlek. Den ytliga populariteten är även något man kan tjäna för den som vill det. Professionella kontakter är också något som kan vara viktigt att ha.

X tror inte att communities är ett nytt behov utan ett gammalt i ny skepnad. Ett utvecklande av mänskliga nätverk. Förr hade man exempelvis intresseföreningar och klubbar. Man gick och provlyssnade musik i skivbutiken. Nu gör man detta över Internet istället. Att vara ”uppkopplad” som man är nu kan vara en fara på grund av att man distanserar sig från varandra. Brist på fysisk kontakt, alienerade. Community tror han inte är ett problem, så länge det inte går till överdrift och man slutar leva ett normalt liv.

Vi kommer tillbaka till ämnet popularitet. Att ha många vänner på sin vännerlista är ett sätt att visa på sin popularitet. Själv vill han inte ha en massa vänner på sin lista bara för att höja antalet.

X har träffat två tjejer i verkligheten som han fått kontakt med över SprayDate. Men dessa möten bekräftade bara om man träffar någon på elektronisk väg, så kan man inte lära känna någon fullt ut. Det är i verkliga livet man verkligen lär känna någon. Om man träffas personer över Internet är det lätt att gömma sig bakom stereotyper om hur man ska vara som person.

Till exempel att tjejer ska vara snygga, söta och gilla att festa och att killar ska vara kreativa och humoristiska. I verkligheten är man den man är och det går inte att dölja.

4.3 Sammanfattning intervju 2

Detta är en tjej på 20 år. Vi träffas hemma i hennes lägenhet över en kopp te. Även denna gång sker intervjun med penna och papper. Vissa grundfrågor är förberedda, resten får komma naturligt beroende på åt vilket håll samtalet går. Jag kommer att nämna henne som Y.

Y är medlem på sex stycken communities. Av dessa sex besöker hon Facebook, Helgon och Lunarstorm mest. Anledningen till att hon blev medlem i communities var av ren nyfikenhet på vad andra håller på med och för att hålla kontakten med gamla och nya kompisar. Y tycker det är smidigt att skicka gästboksinslag till sina vänner. På så sätt behöver hon inte ta vad hon kallar "hela steget" som hon anser man gör via sms.

På frågan om vilka förväntningar hon hade på Facebook som är det community hon använder mest, svarade hon att hon dröjde länge med att bli medlem. Men efter tillräckligt många förfrågningar från vänner gav hon vika. "Det är rätt tröttsamt egentligen" säger hon, men möjligheten att hitta gamla vänner lockade henne som så många andra. Y har dock inte lärt känna några nya personer. För det tror hon det behövs ett tydligt forum. Just nu är det alldeles för krångligt upplagt på sidan. Men även om det funnits hade intresset för att prata med främlingar inte varit tillräckligt starkt för att ta det steget. Hon lägger även till att om man gillar att exponera sin kropp, så får man säkert många vänner. Dock drabbades hon av "läggatill-vänner-febern" och har nu över hundra vänner på sin kompislista på Facebook. Varför vet hon egentligen inte, kanske är det bara kul att veta att andra minns och vet att man finns.

En fara med communities är att de äger ens bilder. Detta är något hon hört på nyheterna och den tanken gillade hon inte. Därför har hon tagit bort alla bilder på sig själv på sin Facebook-sida. En annan fara med communities tror hon kan vara att man får en stalker (någon som förföljer en) efter sig. Y har dessutom ett väldigt ovanligt efternamn. Det finns bara en tjej till i Sverige med samma namn, därav har hon inte sitt hela efternamn med. Y tror att hon själv kan vara för godtrogen när det gäller till att lita på främlingar.

Y tror att anledningen till att många är användare av communities är på grund av behovet att visa upp sig. Visa sig för främlingar. Det kan säkert för många kännas lite som att vara

kändis, tror hon. Man vill ha de snyggaste bilderna och den snyggaste sidan, allt ska vara lite utmärkande. Att finnas på Internet är ett sätt att hävda och visa upp sig och just communities är en väldigt smidig marknad för detta. Hon avslutar med att säga att människor är två saker; lata och nyfikna.

På frågan om hur hon tror att communities kommer se ut och fungera i framtiden vill hon gärna svara att de kommer se ut som nu, men hon förstår att så inte kommer vara fallet. Y funderar lite och svarar sen att det slutgiltiga communityt kommer se ut som Facebook fast enklare och på svenska. Iden är ju suverän, men nu är det för svårarbetat så folk kommer kanske att tröttna funderar Y.

Kontakterna är något Y tror att man kan tjäna på communities. Och att man sparar pengar genom att inte behöva skicka sms eller ringa, tycker Y är bra. Hon tror även man kan tjäna popularitet och kändisskap genom såna sidor. Folk vill ju gärna göra det, bli känd och tjäna mycket pengar.

Y tror att detta är ett skapat behov. Att allt som rör Internet är ett skapat behov, annars hade vi skaffat det vi ville ha på ett annat vis. Hon tror inte heller att man annars hade kommit på att man vill snacka med någon i exempelvis New York. Nackdelar med denna ständiga uppkoppling som Internet och mobiltelefonen ger är att det kräver av en att vara social. Det finns inte längre några bortförklaringar till varför man inte svarat i telefon eller dykt upp på ett ställe. Informationen når dig var du än är. Y tror att utan denna uppkoppling hade man varit närmare dem i ens omgivning.

Jag undrar om det är något hon vill tillägga till det som redan sagts, hon tänker efter lite och svarar att communities är en jävla pest. Egentligen bara ett måste. Det finns för många, de som faktiskt är bra och givande försvinner i den stora massan. Hon vill även tillägga att det borde finnas regler över vad communities får och inte får göra med informationen från användarna som till exempel inte ta ens bilder. Y säger att det är bättre att ”storebror” ser dig än Perversa-Per 48 år.

5. Analys

5.1 Communities som ett miniatyrsamhälle

Det är svårt att klassa communities som ett miniatyrsamhälle. Många faktorer som ett riktigt samhälle har fattas på dessa nätgemenskaper, som exempelvis en stor variation i åldrar. Den kvantitativa undersökningen visade att den äldsta i det slumpmässiga urvalet var 40 år. Detta var han även unik för. Självklart kan man inte dra några definitiva slutsatser utifrån detta, andra communities kan säkerligen besitta fler äldre användare. Men det tycks osannolikt att hundratusentals 65-åringar och äldre skulle vara medlemmar.

Om man nu ska se det som ett miniatyrsamhälle får man klassa det som en Gesellschaft (Asplund 1991:56). Det kan liknas vid en storstad med sin ansevärd variation av människor. Sidan ser likadan ut hela tiden, precis som en stads hus och gator och flödet som strömmar igenom är ständigt i förändring. Man ser andra människor, men hälsar inte och ser man någon man känner blir man förvånad. En stad inrymmer även många olika nationaliteter, klasser och andra grupper. Samma gäller communities.

5.2 Vad är det människan söker?

I intervjuerna kan man läsa att de intervjuade resonerade väldigt lika runt de olika samtalsämnena. De svarade att anledningen och syftet med att vara medlem på ett community var för att lära känna nya människor. Dock hade ingen utav dem gjort det. Både två ansåg dessutom att behövs ett enklare sätt att komma i kontakt med andra medlemmar. En smidigt fungerande forumdel, där man kan vädra sina åsikter och få respons. Om man vrider och vänder på detta lite blir det ganska tydligt att utan denna forumdel, kvarstår egentligen endast en sida med bilder, en kort presenterande text och lite allmän fakta. Tvingar inte detta upplägg användarna praktiskt taget till att bli ytliga? För vad ska du gå på annars? Jag tycker communities representerar dagens samhälle relativt bra. Du är som du ser ut, dina åsikter är mindre intressanta. Giddens tankar om narcissism upplevs inte längre främmande och extrema. Som Hegel sa "Människan har inte bara begär, vi vill också vara ett begär för andra" och det är detta som skiljer oss från djuren (Israel 1999:50).

5.3 Vad du kan vinna och vad du kan förlora

Kändisskap och pengar svarade de intervjuade på frågan om vad man kan vinna som medlem. Giddens skriver att media har gjort att den situationella miljön har suddats ut. Speciellt de

elektroniska medierna visar platser man aldrig varit på i realiteten och man ser saker man aldrig annars hade sett (Giddens 1997:105). Att utmärka sig på Internet som är öppet och tillgängligt för alla blir den ultimata marknaden.

Man ska även kunna vinna vänner. Ens historia ska enligt Bourdieu spela in på ens handlingssätt och sociala samspel. Han myntade begreppet habitus, som är gemensamt för en klass eller grupps historia. Habitus kommer till uttryck i en grupps sätt att tänka och handla (Israel 1999:87ff). Kan man då dra slutsatsen att du kan lära känna nya människor på communities om ni delar samma historia? Utbudet minskar tämligen kraftigt i sådana fall.

Bourdieu berör även begreppet sociala fält. Ett socialt fält handlar om ett nätverk av relationer. De som tillhör nätverket strävar efter ett visst gemensamt mål som innefattar auktoritet, makt eller stort inflytande (Israel 1999:90).

Om kändisskap och vänner är vad man kan vinna, vad är det då man förlorar? De intervjuade svarade att man kan förlora upplagda bilder och personlig information (Facebook), alltså sin integritet. Man kan även förlora sin säkerhet om människor börja förfölja en. Det som är mest oroväckande är att man även kan förlora dem i sin närhet, genom att man lägger hela sin sociala sida på Internet, istället för i fysiska mänskliga relationer.

5.4 Skapat behov eller gammalt i ny skepnad

Giddens säger att den stora utbredningen av tidsrummet som moderniteten skapat gjort att "självet" och "samhället" är mer ömsesidigt förbundna på global nivå nu än någonsin tidigare (Giddens 1997:44). Även att människor måste anpassa sig till denna förändring (Giddens 1997:46). Baumans anhängare hävdar att vår betoning på individualitet inte fanns i förmoderna epoker (Giddens 1997:94). Så vad kan man dra för slutsats av detta? De intervjuade hade olika åsikter angående huruvida det var ett skapat behov eller inte att vilja lära känna främmande människor från olika delar av världen. X trodde inte det, medan Y antog att tekniken skapat denna längtan. Båda kan ha rätt, vi ville visst lära känna nya människor förr och detta gjorde vi genom klubbar, vårt jobb och grannar (Castells 1998:74). Även debattartiklar i tidningar kunde skapa grupper. Vi kanske inte hade storartade tankar som att prata med människor från olika länder dock. Det skulle kunna sättas upp på följande vis; nu räknas kvantitet, förr räknades kvalitet. Detta är ingen ny syn på moderniteten. Konsumtionssamhället är ett faktum för många.

6. Sammanfattande diskussion

Det som lockar folk i allmänhet till communities verkar vara möjligheterna att träffa nya människor. Vi vill vidga vår umgängeskrets och skapa nya kontakter. Det verkar dock svårt och omständligt. Ingen utav mina intervjuobjekt hade gjort det. Och det trots att de var medlemmar på ett flertal communities och ofta inloggade. Det krävs både en bra forumdel där många olika ämnen kan diskuteras och även ett enkelt vis att gå in på andras sidor och möjligheter att ta kontakt. I stället för att skapa ny vänskap vårdar man dem man redan har. Och visst kan det verka som en överflödiga marknad då mail och mobil redan existerar. Ändå verkar det vara en marknad som aldrig kan fyllas. De flesta communities har även andra funktioner för dem som är för blyga eller inte är intresserade av att kontakta andra, man kan spela spel och lyssna på musik eller titta på klipp. Möjligheterna tycks vara oändliga.

För dem som inte själva vill synas finns det gott om dem som vill och som man kan titta på istället. Alla verkar omedvetet anmält sig till en tävling som går ut på att utmärka sig både till utseende och till sätt. En tävling där målet är... ja vad är egentligen målet? Båda två som jag intervjuade svarade att popularitet och kändisskap är vad man kan tjäna. Och antagligen stämmer det påståendet. Alla vill synas, höras och uppskattas. Detta är troligtvis inga nya känslor. Jag kan utan problem hålla med Giddens att det behovet även fanns i de förmoderna kulturerna. Se bara på gamla tavlor med kungligheter hur de står med jättekänningar, peruker och rockar fyllda med medaljer. Nu finns möjligheterna att sticka ut även för vanligt folk och hur långt man kan gå verkar det inte finnas någon gräns. Det som jag tycker är sorgligt är när unga tjejer utnyttjar sina kroppar till att få uppskattning. Är den då något värd, frågar jag mig? Som de kvantitativa undersökningarna visar är det inte antalet bilder som lockar folk till att titta på en sida, utan något annat. Mest troligt är att det som visas på bilderna är vad folk vill åt.

De jag intervjuade var inte riktigt överens om detta behov av nya kontakter var ett skapat behov eller ett gammalt i ny tappning. Jag tror att båda två kan ha rätt beroende på hur man ser på det. Vi får inte glömma att människor är sociala varelser, men troligtvis har Internet gett människor nya möjligheter man förr inte ens kunnat drömma om.

Om vi då utgår från att communities är den nya socialiseringsplatsen, tyckts det bli aningen paradoxalt att vi i takt med vårt sökande efter uppskattning och vänskap i cyberrymden, tappar dem i vår närhet. Vi ägnar större tiden av våra dagar sittandes framför en skärm och

glömmer bort att det som man egentligen helst av allt vill ha är närhet och kärlek. Något som man endast kan få genom fysisk kontakt, alltså öga mot öga.

Källförteckning

Litteratur:

- Asplund, J. (1991) *Essä om Gemeinschaft och Gesellschaft*. Göteborg: Bokförlaget Korpen
- Bauman, Z. (1989) *Auschwitz och det moderna samhället*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos
- Castells, M. (1998 - 2000) *Informationsåldern, Band 1,2,3*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos
- Giddens, A. (1997) *Modernitet och självidentitet - Självet och samhället i den senmoderna Epoken*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos
- Israel, J. (1999) *Handling och samspel - Ett socialpsykologiskt perspektiv*. Lund: Studentlitteratur
- Jensen, M. K. (1995) *Kvalitativa metoder för samhälls- och beteendevetare*. Lund: Studentlitteratur
- Körner, S. & Wahlgren, L. (1998) *Statistiska metoder*. Lund: Studentlitteratur
- Turkle, S. (1995) *leva.online*. Göteborg: Bokförlaget Norstedts

Elektroniska källor:

- Svantesson, Erika (2007) *Anton Abele fick Free your mind priset*: Dagens Nyheter
Länk: <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=147&a=711740&rss=1399>

Tips på en som blivit känd genom community:

http://en.wikipedia.org/wiki/Lasse_Gjertsen

Några community som tagits upp:

www.facebook.com

www.helgon.net

www.youtube.com

www.myspace.com

www.lunarstorm.se

Bilaga 1

Frågeformulär- Communities

- 1,** Hur många communities är du medlem i?
- 2,** Vilka är de tre communities du besöker mest?
- 3,** Vad är det du söker som medlem på community?
- 4,** Har du funnit det du sökt?
- 5,** Som medlem, vad kan man vinna och vad kan man förlora?
- 6,** Hur ser det ut i framtiden?

Bilaga 2- Kvantitativ undersökning

H^0 det finns ett samband mellan antal besökare och antal bilder

H^1 det finns inget samband mellan antal besökare och antal bilder

Summa: 105

Summa alla besökare: 940098

$940098/105 = 8953$ (antal besökare/summa= antal besökare per person)

Summa medlemmar från 2007: 17

Summa utan dem från 2007: 925852

$105 - 17 = 88$

$925852/88 = 10521$

Medelvärdet antal besökare= 10521

Antal under medel: 58

$88 - 58 = 30$

Antal över medel: 30

Under medel, antal bilder: 465

$465/58 = 8$

Antal bilder per person är 8

Över medel, antal bilder: 258

$258/30 = 8,5$

Antal bilder per person är 8,5 (8)

Svar: Hypotesten kan förkastas. Det är inte antalet bilder som avgör antalet besökare. Anledningen måste på så vis vara någon annan.

Bilaga 3- Det finns en jämn fördelning av ålder och kön för användarna

H₀ Det finns en jämn fördelning av ålder och kön för användarna

H₁ Det finns ingen jämn fördelning av ålder och kön för användarna

	Killar	Tjejer	Totalt
10-18	7 (13,5)	26 (19,5)	33
19-25	20 (20,1)	29 (28,9)	49
26-40	16 (9,4)	7 (13,6)	23
Totalt	43	62	105

$$43 \cdot 33 / 105 = 13,51$$

$$43 \cdot 49 / 105 = 20,06$$

$$43 \cdot 23 / 105 = 9,41$$

$$62 \cdot 33 / 105 = 19,48$$

$$62 \cdot 49 / 105 = 28,93$$

$$62 \cdot 23 / 105 = 13,58$$

o-e

$$7 - 13,5 = -6,5$$

$$20 - 20,1 = -0,1$$

$$16 - 9,4 = 6,6$$

$$26 - 19,5 = 6,5$$

$$29 - 28,9 = 0,1$$

$$7 - 13,6 = -6,6$$

$$\Sigma = 0$$

$$(o-e)^2/e$$

$$(7-13,5)^2/13,5 + (20-20,1)^2/20,1 + (16-9,4)^2/9,4 + (26-19,5)^2/19,5 + (29-28,9)^2/28,9 + (7-13,6)^2/13,6 \\ = 3,13 + 0 + 4,63 + 2,17 + 0 + 3,26 = 13,13$$

Antagen signifikansnivå 5%

2 fg = kritiskt värde 5,99

Då det kritiska värdet blev 13,13. Det överstiger det förbestämda kritiska värdet på 5,99 med stor marginal. Därmed kan nollhypotesen förkastas. Det kan antagas att en ålders- och köngrupp utmärker sig bland Helgons användare.

