

Högskolan Trollhättan/Uddevalla
Institutionen för ekonomi och informatik
Medie- och kommunikationsvetenskap

LunarStorm

- Framtidens fritidsgård?

*En kvalitativ studie om unga människors användning av
Internetcommunities och deras inställningar till betaltjänster*

Christina Axelsson & Helena Johansson
Uppsatsarbete
Fördjupningskurs, hösttermin 2004
Handledare: Christoffer Kullenberg

Abstract

- Författare:** Christina Axelsson & Helena Johansson
- Titel:** LunarStorm: Framtidens fritidsgård? En kvalitativ studie om unga människors användning av Internetcommunities och deras inställning till betaltjänster
- Kurs:** Medie- och kommunikationsvetenskap, Fördjupningskurs
- Termin:** Ht - 04
- Syfte:** Vi vill undersöka ungdomars behov och användning av komunitiet LunarStorm, dels så vill vi undersöka vad LunarStorms medlemmar tycker om att betala för vissa tjänster och funktioner på Internet.
- Metod:** Kvalitativ fokusgruppsintervju
- Material:** Medlemmar av komunitiet LunarStorm mellan 17-25 år.
- Resultat:** De medlemmar på LunarStorm som vi intervjuade tyckte att LunarStorm var ett bra alternativ för att kunna hålla kontakt med kompisar och andra personer. Det visade sig som förväntat att man helst sitter hemma i lugn och ro när man är ute på Internet. Datorn har fått en central plats i hemmet, detta visade sig speciellt hos dem som använde sig av PRO. Alla svarande var överens om att relationer över Internet var mer ytliga än relationer i ”verkligheten”. Att vissa valde att inte betala och använda LunarStorms betaltjänst PRO berodde inte på priset, utan mer principen att det kostade pengar. De var främst beroende på att de inte ville tillbringa så mycket tid på LunarStorm eller bli ”beroende” av att använda PRO som de valde att inte använda sig av PRO. Både de som hade PRO och de som inte valde att använda PRO ansåg att det var ok att företag som LunarStorm väljer att ta betalt för vissa av sina tjänster för att kunna hålla igång sina webbplatser men att det finns gränser. Men som väntat var de som inte hade PRO mer negativt inställda till detta och menade på att det finns andra sidor som är gratis. Det vi kunde se var att det har idag blivit mer accepterat att företag tar betalt för vissa av sina tjänster enligt många av respondenterna.

Innehållsförteckning

Abstract

1. Inledning	5
1.1 Disposition	5
2. Samhällsförändringar i samband med Internetutvecklingen	7
- en övergripande bakgrund	
2.1 Förändring av information – från push till pull information	9
2.2 Betaltjänster på Internet	11
2.3 Betalningssätt	13
3. Tidigare forskning om Internetanvändning	15
3.1 Vilka använder Internet?	15
3.2 Vad använder människor Internet till?	15
4. Gemenskap och relationer på Internet	18
4.1 LunarStorm	22
5. Användningsmodellen och det dramaturgiska perspektivet	24
5.1 Tidigare forskning om användningsmodellen	25
5.2 Användningsmodellens olika utgångspunkter	26
5.3 Kritik mot användningsmodellen	27
5.4 Goffmans främre och bakre region	28
6. Syfte och frågeställning	31
7. Material och metod	32
7.1 Val av metod	32
7.2 Fokusgrupper på Internet	32
7.3 Sammanställning av vår intervjuguide	33
7.4 Urval	34
7.5 Vårt tillvägagångssätt	35
7.6 Gruppindelningar	36
7.7 Deltagande och reflektioner kring fokusgrupperna	37
7.8 Brister och nackdelar	38
7.9 Reliabilitet och validitet	39
8. Analysredovisning	41
8.1 Disposition över redovisningsanalysen	41
8.2 Inledande resonemang kring Internetanvändning	41
8.3 Avkoppling – <i>Hur fungerar Internetcommunities som ett vardagligt interagerat medium?</i>	42
8.4 Relationer – <i>På vilket sätt skapas och upprätthålls relationer på Internet?</i>	43
8.5 Identitet – <i>På vilket sätt presenterar man sig själv inför andra samt hur uppfattar man andra medlemmar?</i>	45
8.6 Bevakning – <i>Hur bevakas sociala relationer och vad är det för information man kan få reda på genom LunarStorm?</i>	48
8.7 PRO kontra icke PRO, betala eller inte betala	51
8.7.1 <i>Av vilka anledningar väljer vissa att betala för PRO samt vilka anledningar finns för att andra väljer att inte göra det?</i>	51
8.7.2 <i>Är betaltjänster accepterade bland LunarStorms medlemmar?</i>	55
8.8 Sammanställning av de viktigaste resultaten	56

9. Slutdiskussion	59
10. Sammanfattning	63
11. Källförteckning	65

Bilaga I. Begreppsordlista

Bilaga 2. Intervjuguide

1. Inledning

Betaltjänster är ett relativt nytt fenomen på Internet. Det finns nästan ingen tidigare forskning kring människors attityder kring just detta därför är detta ett ämne som vi tycker är viktigt att föra en diskussion kring. För många människor speciellt ungdomar och unga vuxna är gemenskaper på Internet mycket betydelsefulla och det tar en stor plats i många människors vardag. En av dessa gemenskaper man kan finna på Internet är komunitiet LunarStorm som har kommit att bli Sveriges största gemensamma mötesplats på Internet. Uppsatsämnet har vi valt av olika anledningar. En anledning är att vi personligen finner ett stort intresse för Internet och komunitiet LunarStorm samt att vi är intresserade av att få veta om hur andra individer använder och har förbehov av LunarStorm. I kontakt med LunarStorm som är vår uppdragsgivare kom vi överens om att undersöka hur användningen av Internet och då i synnerhet komunitiet LunarStorm har förändrats i samband med de nya betaltjänster som företaget erbjuder sina medlemmar. Syftet med undersökningen är att undersöka ungdomars och unga vuxnas användning av komunitiet LunarStorm i samband med de nya betaltjänster som många företag på Internet har valt att erbjuda på sina webbsidor. Dels vill vi undersöka ungdomars och unga vuxna som är mellan 17-25 år och se deras behov och användning av gemenskaper på Internet, samt dels vill vi veta varför ungdomar och unga vuxna betalar eller inte betalar för de tjänster och funktioner som komunitiet LunarStorm erbjuder sina medlemmar. Med anledning till detta har vi därför valt att dela upp vårt syfte i två delar. Uppsatsen avser att utveckla dessa ämnen genom en kvalitativ undersökning av 20 individers tankar och idéer om framförallt hur de förhåller sig till betaltjänster på Internet och hur deras Internetanvändning ser ut i samband med denna relativt nya utveckling. Urvalskriterierna är att deltagarna ska vara aktiva medlemmar på LunarStorm och flitiga Internetanvändare. Vår metod har varit fokusgrupper på Internet dvs. gruppintervjuer via chatt.

1.1 Disposition

Vi har försökt att finna en logisk uppbyggnad av uppsatsen som ger läsaren en naturlig gång genom texten. Uppsatsens upplägg består av att man i inledningen skall få en snabb överblick över undersökningens syfte, varför vi har gjort undersökningen samt vilka metoder vi har använt oss av. I vårt bakgrundskapitel kommer en redogörelse för hur samhället förändrats i samband med Internetutvecklingen, följt av hur den information som finns på Internet har förändrats och därefter en beskrivning av de betaltjänster som idag är högaktuella på Internet. I avsnittet om tidigare forskning stillas er nyfikenhet på vad individer använder Internet till och varför de använder Internet. I det efterföljande kapitlet ges en utförlig diskussion om gemenskap och relationer på Internet. Med en grundläggande förklaring om community går vi vidare till fenomenet LunarStorm som är en mycket viktig del i vårt bakgrundskapitel. Ni får här fakta om företaget LunarStorm där deras mål och visioner beskrivs. I teorikapitlet redogör vi för de teorier som vi senare sätter i samband med vår undersökning. De teoretiska perspektiv som vi valt att utgå ifrån är användningsmodellen uses & gratifications som McQuail använder sig mycket av i sin forskning samt Goffmans begrepp om den

främre och bakre regionen. I det nästkommande avsnittet redovisar vi vårt syfte och frågeställningar. Efter det följer metodkapitlet där vi beskriver de metoder som vi kommer använda samt vårt tillvägagångssätt. Uppsatsen avslutas med ett analyskapitel som kan sägas utgöra själva kärnan i uppsatsen, här sätts teorierna i stark koppling till det empiriska materialet. Detta kapitel följs av en slutdiskussion som knyter samman uppsatsens innehåll och redovisar resultatet av undersökningen. Sista kapitlet består av en sammanfattning av uppsatsen som helhet. Denna ska tillsammans med inledningen ge en god överblick över uppsatsens innehåll. Vi har även med två bilagor, där bilaga 1 är en lista över olika begrepp som används i denna undersökning som kan vara främmande för sofliga. Vi kommer att markera de ord som finns med i bilagan första gången de nämns i uppsatsen med en * så att det för er läsare blir lättare att förstå innebörden. Bilaga 2 är en kopia av den intervjuguide vi har konstruerat och använt oss av under våra fokusgruppsintervjuer.

2. Samhällsförändringar i samband med Internetutvecklingen

- *en övergripande bakgrund*

Traditionellt sett har medierna varit till en nytta för de nya medieinnovationerna. Vi kan idag hävda att kommunikationsrevolutionen har skiftat och publiken i dagens samhälle har betydligt fler val att välja mellan och är på så sätt mer aktiv i sitt användande. Den traditionella masskommunikationen var i huvudsak enkelriktad, medan vissa former av kommunikation idag är interaktiva. Huvudförändringen har varit installationerna av kabelsystem, utvecklingen av satelliter och anpassningen av telefonnätverken. Sammanstötningen av dessa förändringar är fortfarande väldigt begränsad till en relativt lite proportion av världspopulationen. Huvudresultaten har varit att expandera de nuvarande behoven utan att i grunden ändra på vad som är överfört eller vad som är konsumerat. (McQuail 2000:28)

Peter Dahlgren (2002) som är professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Lunds Universitet menar att det inte bara är den tekniska utvecklingen i samband med Internet som är intressant utan även den samhällsutveckling som Internet bidragit med är värdefull att titta närmare på. Vårt sätt att använda Internet har förändrat vårt sätt att tänka, handla, kommunicera och umgås med andra människor. Men det är inte bara människor som berörs av detta utan även organisationer och institut påverkas av dessa förändringar i samhällsutvecklingen. Det är inte tekniken i sig som åstadkommer dessa förändringar utan det är genom människans användning av den nya tekniken som förändringar i samhället sker. (Dahlgren 2002:14)

Användandet av Internet har medfört flera grundläggande samhällsförändringar under de senare åren. Internet har blivit allt vanligare i människors liv vilket även har medfört att behovet av Internet har ökat betydligt. Van Dijk tar upp tre viktiga tendenser inom samhällsutvecklingen och dessa tre har han kategoriserat som individualism, privatisering och socialisation. Med *individualism* menar han hur individer bygger upp sin identitet på andras. Vi blir allt mer påverkade av media framställer andra människor och det i sin tur påverkar hur vi klär oss, vilka frisyrier vi har samt vilka åsikter man har. En annan aspekt som är viktigt inom individualismen är att vi har blivit mer selektiva i vårt handlande. Tid och rumaspekter har till viss del minskat i samband med att den globala världen har krympt vilket medför att tid och rum inte har lika mycket betydelse för vårt dagliga liv längre. *Privatisering* betyder att man har rätt att hålla saker för sig själv. Intimsfären är en självklarhet som ökat i takt med att integriteten har växt sig större. Fler lever i ensamhushåll, det är en självklarhet att ha en egen bil samt man kan etablera sitt eget företag. Van Dijk beskriver upp fyra dimensioner som är en följd av privatisering. Många väljer att bygga hus som ligger utanför städer, en anledning att detta sker är att människor inte är rädda för att bli isolerade eftersom man oftast har tillgång till flera olika kommunikationsmedier ex. telefon, Internet och mobiltelefon. Rummen i husen har blivit fler och alla som bor i huset har ofta sitt eget rum där man kan vara för sig själv och göra vad man vill. Familjerna har blivit mindre och man kan se tecken på att allt fler spenderar mer tid hemma. Både individualism och privatisering har bidragit till att världen har blivit allt mindre. En tredje faktor är

socialisation som bygger på att världen blivit mer utvecklad. Människor kan skapa gemenskap via Internet och det är lätt att kontakta folk från andra länder och ingå i intresseorganisationer, tillsammans utgör detta en social miljö. De geografiska avstånden minskar på grund av de olika virtuella communities som har bildats. De internationella relationerna vi skapar genom Internet ersätter inte vårt samhälle. Men man kan se vissa tecken på att en process som kan bidra till att samhället mer eller mindre blir ett nätverksamhälle där allt hänger på den nya teknologin som vi förlitar oss helt på. Världen kan anses som större i det avseende att vi tar in hela världen i våra hem och arbetsplatser genom Internet. Därmed påverkar det vår privata sfär, det blir en uppluckrad gräns mellan arbete och fritid. Det blir vanligare att ta med sig jobbet hem samt man kan göra ärenden snabbt och enkelt under arbetstid via nätet t ex betala räkningar. (Van Dijk 1999:155ff)

Vi har ovan redogjort om de samhällsförändringar som Internet bidragit till. Den globala världen har krympt vilket har medfört att tid-rum aspekten idag inte är lika viktig. Vi kan arbeta hemifrån och ta in hela världen i våra hem. Det traditionella samhället bidrar till ett nätverkssamhälle där den nya tekniken spelar en avgörande roll. Det finns både positiva och negativa aspekter i samband med Internetutvecklingen. Det som kan anses vara negativ är den ökade kontrollen av den enskilde individen och upplösning av sociala band mellan människor. Ur ett större perspektiv kan face-to-face interaktionen* komma att minskas. Risken för att enskilda individer kan bli nätberoende och ägna allt för mycket tid åt Internet kan uppstå, dock har oron över detta minskat betydligt. (Dahlgren 2002:15) Det är även negativt att användare* inte längre kan ta del av allt innehåll som finns på Internet. Exempelvis så börjar tidningar i allt större utsträckning ta betalt för de tjänster och den information som de erbjuder via sina webbplatser*, vilket är ett försök för tidningarna att få in intäkter som kompenserar att människor läser tidningen på Internet istället för att köpa papperstidningen. (Lundblad 2002:18) De positiva aspekter som uppstått i samband med utvecklingen av Internet är att vardagliga sysslor har blivit allt lättare att utföra man kan skicka brev utan att behöva lägga det på en brevlåda. Det blir enklare att sköta saker från hemmet t ex. handla, söka information, uttrycka sina åsikter samt att vi kan engagera oss i olika samhällsfrågor i mycket större utsträckning än vad som var möjligt för bara några år sedan. (Dahlgren 2002:16) Man kan göra bankärenden utan att behöva gå till banken. Genom att chatta eller diskutera med andra människor via Internet etablerar man nya kontakter med människor man aldrig träffat eller kanske aldrig skulle ha träffat i ”verkliga” livet. Föräldrar kan i mycket större utsträckning skydda sina barn från olämpligt och farligt innehåll på Internet samt att människor kan välja att skydda sin identitet genom att vara anonyma. (Lundblad 2002:18)

Mycket av den information som finns tillgänglig och som vi kan ta del av i allt större utsträckning via olika medier har förändrats. I och med att vi är en aktiv publik väljer vi själva vad vi vill titta på, lyssna på, läsa eller höra om. Den information som finns tillgänglig på Internet har gått från push till pull information. Dessa begrepp är relevanta att redogöra för att därför att de hänför sig inte bara till medier såsom radio, TV och tidningar utan även till Internet.

2.1 Förändring av information

- från push till pull information

Vi har under årens lopp sett att Internet har förändrats. Från att ha varit mer eller mindre okommersiellt och att man har fritt kunnat ta del av den information som finns tillgänglig på Internet är det idag en plattform för ett världsomfattande tjänsteutbud. Men informationsutbudet håller på att ge vika för mera avancerade funktioner och tjänster. (Sturmark 1997:96-97) Televisionen har alltid haft ett stort inflytande på familjelivet, vår fritid, underhållning och man kan även se mönster i hur televisionen påverkar vår konsumtion. (Jensen 1998:40) Med den nya medieteknologin och allt vad den medfört får vi inte bara en ändring i hur information når oss utan det har även en betydelse för hur vi tar till oss den. (Ibid:46) Jensen (1998) skiljer på olika typer av medier, dessa kallar han för ”push” och ”pull” medier. De traditionella medierna såsom TV, radio och film hamnar inom ”push” medier med vilket han menar att innehållet i dessa medier kommer till användaren och inte tvärtom vilket är fallet i ”pull” medier. ”Push” medier kan med andra ord beskrivas som medier som kommer till konsumenten och ”pull” medier är något som konsumenten själv letar upp. Med begreppet ”pull” menar han att den enskilde individen kontrollerar mediernas innehåll och tar endast till sig det som han eller hon vill ta till sig, man väljer alltså själv vilket innehåll man tar till sig ett exempel på ett sådant medie är Internet. (Dahlgren 2002:27, Jensen 1998:46) Den modell som har funnits länge och som fortfarande finns är att ”pusha” information och underhållning på publiken, publiken blir påtvingad mängder av mediekonsumtion som de själva inte kan välja. Men i samband med utvecklingen av den nya medieteknologin så kan vi nu i allt större utsträckning välja vad vi vill ta del av och inte i det enorma medieutbudet som finns. Man kan likna ”pull” medier med att gå till videobutiken där vi själva väljer vilken film vi vill se eller när vi går till biblioteket och väljer ut de böcker som vi är intresserade av att läsa, det samma gäller i stor utsträckning med tv, radio, tidningar och Internet. (Jensen 1998:39-40)

Internet är idag inte bara huvudsakligen angelägen med produktion och distribution av meddelande, utan också lika angelägen med att behandla, utbyta och lagra information. Internet är mycket av en institution av den privata och offentliga kommunikationen och är därmed reglerad. (McQuail 2000:118) Internet erbjuder idag ett stort utbud med möjligheter. Det är detta som gör Internet till en unik kommunikationskanal. De individer som växer upp i dagens samhälle kommer så att säga aldrig att acceptera att vara offline. I den unga generationen med bärbara datorer och sitt ständiga informationsbehov kommer de kräva att vara online hela tiden. När någon skickar över ett meddelande till en annan individ skall man omedelbart få veta om det. Genom att ständigt vara online kan vi få nyheter och information direkt där vi befinner oss, antingen via vår mobiltelefon eller via Internet utan att vi behöver utföra något aktivt för att så skall ske. (Ibid:104-107) Informationstekniken har förändrat individens förhållningssätt till information och kommunikation. Informationssamhällets system och struktur har förändrat människans sätt att leva och arbeta. Vi har genom Internet lärt oss att göra affärer på nya sätt och vi har också konsumerat kultur och

underhållning på nya sätt. Man kan säga att vi människor format våra verktyg och verktygen i sin tur formar oss. (Ibid:143-144)

Vi har ett enormt utbud av tv kanaler där vi själva väljer vilket eller vilka program vi vill se på. Vi har även möjligheten att välja vilka filmer vi vill se på, vi kan betala för att se en film när vi vill utan att gå ut och hyra en videofilm eller DVD via pay-per-view*. Det finns en mängd antal radiostationer som vi kan välja mellan och vi kan t.ex. välja att läsa tidningen via Internet istället för att gå ner till affären och köpa den. Internet är den största informationskanal som vi har att tillgå och människor kan själva välja vilka webbsidor de vill gå till och vilken information de vill få tag på vilket gör att valmöjligheten för människor har ökat oerhört i samband med Internetutvecklingen. Vi kan även med hjälp av Internet söka oss till communities och finna människor som delar liknande intressen och värderingar m.m. Man kan på ett helt nytt sätt söka gemenskap med andra utan att träffa dem i ”verkliga” livet vilket vi kommer att redogöra för mer utförligt i kapitel 4. Idag finns det sidor och tjänster på Internet som inte är tillgängliga för alla, man måste betala för att få tillgång till den information som man söker efter eller är intresserad av. Vi kommer nedan att redogöra för några av de betaltjänster* som finns på Internet.

2.2 Betaltjänster på Internet

Man kan se tendenser till successiva förändringar inom utvecklingen av företags Internetsidor och de tjänster som de erbjuder på sina sidor. Många företag har i allt större utsträckning börjat att ta betalt för vissa av de tjänster som de erbjuder på sina webbplatser på Internet. Tillgängligheten som tidigare har funnits på Internet är på väg att förändras i och med att vissa tjänster har blivit betaltjänster. Internet är på många sätt ett öppet nät men detta håller till viss del på att förändras. Det finns flera tecken på att detta sker t ex genom att tidningar börjar ta betalt och kräver lösenord för att man ska kunna få tillgång till deras information som de lägger ut på sin webbplats. (Lundblad 2002:11-12) LunarStorm som är Sveriges största Internetcommunity började för en tid sedan att ta betalt av sina medlemmar för vissa av de funktioner och tjänster som de erbjuder på sin webbplats.

E-business är en synonym för elektronisk handel. Begreppet innefattar i stort sätt all handel som sker med hjälp av elektroniska hjälpmedel. Man kan sammanfatta det med ”handel med varor som i större eller mindre utsträckning sker genom användandet av datakommunikation”. Exempel på företag som bedriver e-business är webbplatser som är öppna för alla men det kan även vara sådan handel som sker i slutna system där endast de som är behöriga har tillgång till webbplatsen. (Dykert mfl 2002:14) Internet är hårt kommersialiserat och det finns ett flertal olika sätt för företag på Internet att få in intäkter, finansiera och skapa ekonomisk framgång. En av de största intäkterna får de genom att sälja annonsplatser till andra företag. Många företag på Internet väljer att lägga upp banners, som kan liknas vid banderoller* där man ofta publicerar reklam för en annans hemsida eller företag på Internet. (Lundén 2000:27,42) Många företag har börjat se sig om efter andra möjligheter för att få in intäkter. Ett av de sätt som har kommit att bli allt vanligare är att ta en inträdesavgift eller en avgift för att få tillgång till den information och de tjänster som de erbjuder på sin webbsida. Detta kan företagen göra eftersom värdet på den information som finns på Internet har ökat under senare år och vikten av att kunna ta del av sådan information är större än någonsin. Det blir även viktigare för den som äger informationen att skydda den och eventuellt ta betalt för att ge ut informationen till allmänheten. (Lundblad 2002:84) Flera exempel på detta är tidningar som publicerar sina nyheter på Internet, de två största är Aftonbladet och Expressen. Det stora företaget MSN Hotmail har även börjat med att ta betalt för sina tjänster samt LunarStorm* som är ett community på Internet som även de har börjat ta betalt för vissa tjänster på sin webbplats. En annan stor tjänst som har utvecklats under senare år är att bankerna erbjuder sina kunder att utträta bankärenden via Internet. De fyra största bankerna enligt Svenska bankföreningen (2004) är Nordea Sverige, Handelsbanken, Föreningssparbanken och Skandinaviska Enskilda Banken (SEB). Alla dessa banker har Internetbanken* som en tilläggstjänst till sina bankkunder. Allt fler av bankernas kunder väljer att utträta sina bankärenden via Internetbanken. Därför är säkerheten väldigt viktig och man har arbetat fram noggranna säkerhetslösningar för att kunderna ska känna sig säkra när de gör sina ärenden via Internet. Vissa banker väljer att ta betalt för att deras kunder ska kunna få ta del av deras tjänster på Internet medan andra väljer att låta dessa tjänster vara kostnadsfria för de kunder som redan är kunder i deras bank.

Som vi nämnt ovan så är det många tidningar som har valt att ta betalt för delar av sina tjänster som de erbjuder på Internet. Två av dessa tidningar som använder sig av detta är Aftonbladet och Expressen. Brandt (1999) som har skrivit en magisteruppsats om *Elektroniska dagstidningar – Ett steg i en ny mediestruktur*, menar att det huvudsakligen finns tre faktorer som ligger bakom tidningarnas utveckling från papperstidningar till nättidningar*. Den första anledningen är att den nya IT teknologin har skapat förutsättningar för en framtida utveckling, den andra anledningen är att tidningarna kan nå ut till nya läsare genom att även marknadsföra sin tidning på Internet. Den tredje och sista anledningen till att många tidningar väljer att även bli nättidningar är att de skapar en positiv image inför kunderna. (Dahlgren 2002:47) Aftonbladet erbjuder på sin webbplats olika tjänster under benämningen Aftonbladet Plus. Abonnemangsavgiften kan betalas med kort, faktura, Paynova* eller genom direktbetalning via Internetbank. De har även två andra tjänster som de tar betalt för att man ska få ta del av dessa är viktklubben och tjänsten fotbollsmanager. Personer under 18 år måste ha förmyndares samtycke för att kunna registreras som medlemmar i Aftonbladet Plus. (Aftonbladet 2005) Aftonbladets största konkurrent på nättidningsmarknaden är Expressen. Denna tidning väljer att publicera sin information på Internet utan att ta ut några extra kostnader för detta. De har dock en hel del mobila tjänster att erbjuda exempel på sådana tjänster är ringsignaler till mobiltelefonen, man kan ta reda på vilket väder det är eller kommer att bli, ladda ner spel till sin mobiltelefon samt kolla sport resultat m.m. med Expressen Live som de kallar sin sport tjänst. (Expressen 2005)

Det är även många lokala tidningar som väljer att ta betalt för sina nyheter. Redan 1996 började Sundsvalls tidning att ta betalt för sina nyheter med hjälp av fakturor. Den första tidningen som valde att ta betalt via microbetalningar var Bohusläningen som lanserade sin tidning som nättidning år 2001 och i samband med detta så valde de även att ta betalt för deras lokala nyheter. De tar en summa på 50 öre per lokal artikel för dem som vill läsa tidningen på Internet, för de som redan är prenumeranter på deras papperstidning får denna tjänst gratis och behöver inte betala något för att läsa tidningen på Internet. Man införde betalningssystemet för att visa för pappersprenumeranterna att det är billigare att prenumerera på tidningen än att köpa innehållet per artikel på Internet. Trots att de valt att lägga ut tidningen som nättidning som så många andra tidningar så är deras första prioritet fortfarande att öka antalet prenumeranter på papperstidningen. Bohusläningen använder sig av det svenska betalningssystemet pay & read. Pay and read är en tjänst som tar hand om microbetalningar* men denna tjänst kan även behandla större belopp än vad som brukar användas i samband med microbetalningar. Denna tjänst erbjuder en hög säkerhet som är i nivå med bankernas Internettjänster. (Träff 2002:23,29,43)

MSN Hotmail (www.hotmail.com) är en av världens populäraste och mest använda webbsida för e-mail. De har för en tid sedan börjat ta betalt för att deras användare ska få tillgång till utökade tjänster som de erbjuder, detta kallar de MSN Hotmail Plus. Man kan fortfarande vara medlem och ha en e-mail adress utan att det kostar någonting men man måste logga in minst en gång var 30:e dag för att e-mail adressen ska fungera. Betalar man 159 kr per år så slipper man detta krav på att logga in

inom en viss tid och dessutom får man en utökad inbox. En inbox är det ställe där man tar emot nya e-mail samt sparar gamla. Man betalar via sitt kredit/betalkort. (MSN Hotmail 2005)

LunarStorm har en betaltjänst som de har valt att kalla för LunarStorm PRO*. Med denna tilläggstjänst får man tillgång till en rad extra tillägg till vanliga LunarStorm som bland annat gör att man kan utveckla sin presentationssida mer. Med denna tjänst så kan man få reda på vilka personer som har varit inne och tittat på sin presentationssida, som även kallas krypin* på LunarStorm. Man kan använda en funktion som liknar ICQ och MSN (denna tjänst kan man använda utan PRO också men inte i lika stor utsträckning). Man får vara med i tävlingar utan att betala extra för dessa vilket de som inte har PRO måste göra om de vill vara med och tävla. Man får tillgång till ett mer avancerat fotoalbum där man kan lägga upp betydligt fler bilder än vad man kan om man inte har PRO. Man kan lägga upp egna frågeformulär som andra kan svara på. Man kan ändra sin presentationssida med t ex symboler, bilder och mönster m.m. som man inte kan om man inte har PRO. Man kan ladda upp en ny bild på sig själv till sin presentationssida och behöver inte vänta lika länge på att den ska godkännas som man behöver om man inte har PRO. Att använda PRO kostar 15 kr (plus ev. trafikavgift) för en månad och 59 kr för fem månader. (LunarStorm 2005a)

2.3 Betalningssätt

Det finns i nuläget många olika möjligheter till digitala eller elektroniska betalningar. De vanligaste är att betala med sitt kontokort, via faktura, postförskott, via telefonräkningen eller genom att betala med hjälp av elektroniska plånböcker som är något som har blivit allt vanligare. (Borgquist & Lindholm 2001:3) Ett allt vanligare sätt är att betala med sin mobiltelefon när det handlar om mindre summor. Man brukar dela in betalningar på Internet som microbetalningar och macrobetalningar*. Macrobetalningar är betalningar som har större värde än microbetalningar. Vilken summa som definieras som macro respektive micro är lite olika men de flesta definitioner talar för att det är summan över fem dollar som räknas som macrobetalning och ligger summan under 5 dollar så är det en microbetalning. (Ibid:6) För microbetalningar på Internet har det blivit vanligt att företag erbjuder sina kunder eller medlemmar att använda sig av olika mobila lösningar. Företag säljer prenumerationer eller så kallade bundling som innebär att man slår ihop flera mindre produkter och säljer dem i ett paket, ett exempel på detta är tidningar där man kan få sport, väder, horoskop m.m. i ett paket. Microbetalningar är en bra lösning eftersom konsumenten endast behöver betala för det som han eller hon vill ha. Det blir i många fall billigare att betala på detta sättet än vad det skulle bli om man istället prenumererade på tidningen. (Ibid:11,13) Ett sätt att betala dessa prenumerationer eller bundling är genom att använda sig av ett sätt som kallas Premium SMS* det fungerar som ett vanligt SMS men som har en högre taxa. De mest vanligaste tjänsterna där betalning sker via Premium SMS är via beställning av ringsignaler, spel till mobiltelefonen samt kontakta nummerupplysningen. Ett alternativ till Premium SMS är betalsamtal där kunden ringer ett telefonnummer och knappar in en kod för den tjänst som kunden vill ha tillgång till samt sitt eget

telefonnummer. Ett sådant samtal är som ett vanligt telefonsamtal men som har en högre taxa.(PTS 2003:20)

Det finns flera olika betalningsalternativ som medlemmarna på LunarStorm kan använda sig av. Det vanligaste alternativet är att betala genom att använda sig av mobiltelefonen. Man skickar ett SMS med det användarnamn som man använder när man loggar in på LunarStorm till ett nummer. Man kan även använda sig av PayNova som är en slags digital plånbok som man kan använda när man betalar tjänster via Internet. Denna digitala plånbok är gratis att skaffa. Det tredje alternativet som de erbjuder är att ringa från en vanlig telefon till ett speciellt nummer där man sedan får en kod som man slår in. Betalningen hamnar på telefonräkningen. När man betalar via mobiltelefonen samt via den vanliga telefonen krävs det att man är över 18 år, är man yngre måste man be om målsmans tillstånd. (Lunarstorm 2005b)

Vi vet att människor använder sig av diverse olika tjänster på Internet som de måste betala en viss summa för att få tillgång till. Men hur ser Internetanvändningen ut, hur viktigt är det för människor att kunna använda sig av vissa tjänster trots att många företag väljer att ta betalt för dem. Vi har tittat närmare på tidigare statistik inom ämnet Internetanvändning för att se hur användningen av Internet skiljer sig mellan olika människor beroende på ålder, utbildning socio- ekonomisk status m.m. Det vi främst vill titta på är vilka det är som använder sig av Internet samt vad de använder Internet till. Detta är viktigt att ha i åtanke när vi senare i uppsatsen ska undersöka hur ungdomar använder Internet och framför allt med tanke på komunitiet Lunarstorm. Vi vill veta vad ungdomar och unga vuxna anser om att behöva betala för vissa av de tjänster som finns tillgängliga på Lunarstorm.

3. Tidigare forskning om Internetanvändning

Exakt hur många människor som använder sig utav Internet idag vet man inte riktigt. Detta beror bl.a. att det ännu är oklart hur man skall definiera ordet användare. Att man någon enstaka gång surfat på Internet skulle nog de flesta av oss inte tycka vara tillräckligt för att vara en flitig Internetanvändare. Det måste därför finnas någon form av regelbundenhet* för att man skall kunna vara en Internetanvändare. Internetanvändning innebär ett nytt sätt att arbeta och kanske har det förändrat vårt sätt att tänka, vår självuppfattning i förhållande till andra individer och kanske vårt förhållningssätt till arbetet eller skolan. Inget av detta har vi kunnat lära oss av de äldre generationerna. Deras erfarenheter av penna och papper, räknemaskiner och skrivmaskiner har inte haft något större värde. (Gripsrud 2000:39)

3.1 Vilka använder Internet?

Man kan se att tillgången till Internet i hemmet mellan olika klasser snarare har ökat än minskat de senaste åren. Höginkomsttagarna är fortfarande den grupp som har störst tillgång till Internet därefter kommer de som studerar och efter dem kommer arbetarklassen. Om man ser till vilken utbildning personerna har kan man se att många av dem som gått på högskola eller universitet under tre år eller mer har tillgång till Internet i hemmet. Man kan även se att under åren 2000-2001 har Internetanslutningen ökat mer bland arbetarklassen, studerande och personer mellan 55 och 65 år. Detta kan bland annat ha att göra med att ha Internet hemma har genomgått något av en naturaliseringsprocess. Detta betyder att fler känner att det är viktigt att man hänger med i utvecklingen och att det har blivit allt vanligare att ha en dator med Internetuppkoppling i hemmet. Med anledning av detta kan man se en svag tendens till att skillnaden mellan social status börjar jämnas ut sig. (Mediebarometern 2001:107)

Från en undersökning gjord av Teldok 1997 kan man tydligt se ett samband mellan Internetanvändning och ålder. Spridningen bland den yngre generationen går betydligt snabbare än bland de äldre. Det är framförallt de äldsta personerna som har hamnat efter i Internetutvecklingen. Utifrån ett längre tidsperspektiv kan dessa skillnader komma att minskas eftersom dagens unga tar med sig sina kunskaper och sina intressen när de växer upp vilket betyder att i framtiden kommer även de äldre att äga dessa kunskaper som dagens ungdomar har. Man kan se tendenser till att de befolkningsgrupper som ligger något före när det gäller Internetanvändning även är de personer som ligger före i många andra sammanhang t ex ekonomiskt, kunskapsmässigt och inflytelsemässigt. (Österman & Timander 1997:20,23)

3.2 Vad använder människor Internet till?

Idag finns det tusentals olika tjänster på Internet som utnyttjas av Internetanvändare. Man vet inte närmare om varför man är intresserad av att utföra dessa tjänster via datorn, men faktorer som ligger

nära är bl.a. tillgängligheten och att kunna vara oberoende av tid och plats. Internet är ett medium som förenklar vardagen för oss individer. Vi beställer böcker, skivor, gör bankärenden, läser tidningen m.m. Listan kan göras lång över alla de tjänster som Internetanvändare utnyttjar. Det kan från tidigare studier och dagens Internetanvändning konstateras att man ännu inte sett några tecken på avmattning i spridningen. Internet skapar ständiga, utvecklande utbud av tjänster och informationer som kan sägas bilda en plattform för tillkommande drivkrafter i framtidens Internetutveckling. (Österman & Timander 1997:30,40)

Undersökningens syfte från Teldok (1997) var att se på vilka användningsområden som var populära bland befolkningen. De åldrar man har undersökt är mellan 16-79 år. Främst så är det ny teknik och nya tjänster som har stora användningsområden. Man kom fram till att framförallt så vill personer uträtta sina bankärenden via Internet. Ett annat stort användningsområde var att hämta information och blanketter från olika företag och myndigheter via deras webbplatser. Den informationstjänst som efterfrågades minst var att få dagstidningen direkt hem till datorn. Man kan dock se att unga var något mer intresserade av detta än vad äldre var. (Österman & Timander 1997:31-32)

Lennart Weibull som är professor vid Göteborgs universitet gjorde en undersökning 1999 där han fick fram att Internet endast fick 2 % av den genomsnittliga tid vi använder åt medier. Dessa 2 % används till största del av informationssökning, nöje & spel samt nyheter. Man kan tycka att denna studies giltighet har gått ut eftersom det var ett par år sen den gjordes och Internet är ett ständigt expanderande medium som används till allt fler saker och har blivit en stor del av individens vardag. Funktionerna som redan nu är oändliga kommer att utvecklas ytterligare och tillgången till Internet kommer att bli mycket större än vad den redan är. (Carlsson 1999:75-77) Genom att jämföra statistik och analyser kan man få fram om användandet av Internet skiljer sig beroende på vilket klass man tillhör, vilken utbildning man har bakom sig samt om man är låg, mellan eller höginkomsttagare. (Mediebarometern 2001:107) Enligt en undersökning som Göteborgs universitet gjort om svenska folkets Internetanvändningsområden 1997, visade det sig att alla högre inkomsttagare använde Internet mestadels för informationssökning, arbetarklassen däremot använde Internet till största del till nöje. Här kunde man också visa att informationssökning och nyhetsanvändning varierade mer med utbildning än med ålder. De som gjorde undersökningen tror att detta har att göra med användningen av Internet i arbetet, samma grupper som använder Internet till informationssökning även läser facktidningar regelbundet. (Hadenius, Weibull 1999:424) Om man studerar det dagliga genomsnittet av Internetanvändning år 2001 kan man se att skillnaderna mellan låg-, mellan-, och hög inkomsttagare fortfarande är relativt liten, man använder Internet till princip samma saker. Hos alla grupper är e-post det absolut största användningsområdet, så man kan se en viss skillnad i användandet. De lågutbildade har trots detta tre gånger så hög användarnivå när det gäller spel och underhållning än de mer högutbildade. Den totala Internetanvändningen skiljer sig markant mellan olika grupper i samhället man kan se att mer än hälften av den yngre högutbildade och studerande befolkningen använder sig av Internet mer än andra en genomsnittlig dag. Man kan återigen se att beroende på vad man har för yrke, intresse eller status så påverkar det användandet av Internet både i

och utanför hemmet. Det faller sig naturligt att högre tjänstemän och akademiker använder sig av datorer till en större del i yrket än t ex arbetarklassen. Även ekonomin spelar roll här, har man en bättre ekonomi har man en större möjlighet att ha en personlig dator i hemmet. Desto fler år i skolan desto större chans har man till ett högavlönat yrke. Alla siffror visar här på att har man bra utbildning och en hög socioekonomisk status så är användandet och tillgången större varje dag. (Mediebarometern 2001:109,111)

Vi har nu redogjort för vilka som använder Internet och varför de gör det. För att få en klarare bild av hur betydelsefullt Internet har blivit i många människors vardag. Både ungdomar och vuxna har i allt större utsträckning tillgång till Internet och allt fler tjänster går numera att utföra via Internet. Detta har medfört till att även gemenskaper och relationer på Internet spelar en allt större roll. Ungdomar använder sig idag av allt fler communities för att skapa och upprätthålla kontakter. Detta medför att kommunikation via tekniska medel blivit allt vanligare och face-to-face interaktion kan möjligen komma att minska. Enskilda individer som ägnar mycket tid åt Internet kan komma att på lång sikt komma att bli allt mer beroende av detta medium. Vi kommer nu att redogöra för gemenskap på Internet och ge en förklaring till vad communities är för något. Vi kommer även att ge en närmare förklaring av communityt LunarStorm.

4. Gemenskap och relationer på Internet

Det har blivit allt vanligare att träffa och kommunicera med människor via Internet, detta beror främst på de förändrade förutsättningar som har skett när mänskliga möten så kallad face-to-face interaktion istället sker med hjälp av tekniska kommunikationsmedel. (Dahlgren 2002:89) Under början av 2000- talet har gemenskaper på Internet upptagit en stor del i människors vardagliga liv. Internet med alla dess funktioner och kommunikations medel har flyttat in i våra hem. Man kan sitta hemma i sitt vardagsrum och samtidigt umgås och kommunicera med andra personer som kanske också sitter i sina hem oberoende av var i världen de befinner sig. Man kan se tendenser till att människor i västvärlden spenderar allt mindre tid på offentliga platser än övriga världen. Man sätter sig inte på ett kafé och väntar på att någon man känner ska dyka upp utan istället så bestämmer man tid och plats i förväg vilket till stor del kan bero på den stressiga värld vi lever i och utvecklingen av nya tekniska kommunikations medel såsom mobiltelefonen och Internet. (Smith & Kollock 1999:188)

Face-to-face kommunikation betyder att två individer möts och pratar ansikte mot ansikte. Detta begrepp talar man mycket om i samband med utvecklingen av nya kommunikationsmedel och de nya behov som individer skapat. Face-to-face interaktionen har till viss del ersatts eller blivit ett komplement till den medierade kommunikationen som sker med hjälp av Internet och dess chatprogram och forum och olika communities som har bildats i anknytning till utvecklingen av Internet och dess funktioner. (Van Dijk 1999:24) Många ungdomar använder communities för att skapa och upprätthålla gemenskaper och relationer på Internet. En fråga som är diskuterat är om relationer på Internet som man inte kan se, inte kan ta på, inte kan höra eller känna dofter ifrån är lika viktiga som de relationer människor har i det ”verkliga” livet, det liv som finns utanför Internetvärlden. Det finns även en orolighet som handlar om att människor ska förlora den mänskliga kontakten som sker face-to-face mellan människor när allt fler blir mer beroende av att kommunicera via Internet och befinna sig i den virtuella verklighet som Internet erbjuder. I och med detta är man orolig för att människor i allt större grad ska förlora kontakten med den ”verkliga” världen. Många menar att virtuella gemenskaper gör att människor engagerar sig mindre i gemenskaper utanför Internet och utträttar allt fler ärenden via Internet istället för genom personliga kontakter. Man kan skicka brev via Internet och behöver inte skriva för hand eller gå till postkontoret. Man kan göra nästan alla sina bankärenden via Internet vilket betyder att man inte behöver gå till kassan på banken och kö. Man kan beställa alla sorters varor och tjänster på Internet och skicka efter olika sorters blanketter från myndigheter utan att behöva några som helst personliga kontakter med dessa myndigheter och man kan söka upp nästan all sorts information via Internet. Virtuella gemenskaper har blivit nästan lika viktiga, eller kanske i vissa fall viktigare än den personliga kontakten med familj och vänner. Internet har gjort att många har skapat ett beroende till den virtuella världen. Men man måste också tänka på att allt fler möter och kommunicerar med människor via Internet så betyder inte det att traditionella kontakter människor emellan försvinner utan att Internet fungerar även som ett komplement till face-to-face relationer. Man kan exempelvis

ha kontakt med sina släktingar, vänner eller klasskompisar både i den ”verkliga” världen samt i den virtuella världen. Internet kopplar även tillsammans människor som kanske aldrig skulle ha träffats annars via gemensamma intressen eller liknande. De virtuella relationerna baseras mycket mer på gemensamma intressen än på människors olika karaktärer och personligheter. De band som finns mellan människor i den virtuella världen bygger på andra faktorer än vad relationer mellan människor i den ”verkliga” världen bygger på. Den personkemi som oftast finns mellan människor är inte lika viktig i den virtuella världen likaså känslor, socio-ekonomisk bakgrund, vart man bor, ålder och kön m.m. är faktorer som spelar mycket större roll i den ”verkliga” världen. (Smith & Kollock 1999:167-168,181,185-186) En konsekvens som har skett i samband med utvecklingen av Internet är att människor kan bli påverkade i allt större utsträckning i sitt värderingstänkande och livsstil. Människor påverkas olika, faktorer som inverkar kan vara ålder, utbildning, personliga erfarenheter samt andra sociala faktorer. Det är känt att face-to-face diskussioner ofta domineras av en eller ett fåtal personer. Genom den nya tekniken med elektroniska gruppkonversationer kan man visa att de som ofta är tysta i verkliga livet drar sig mer till dessa grupper och engagerar sig flitigt i dessa. Det har blivit viktigt att skaffa sig en identitet t ex via communities. Man behöver inte längre vara sig själv utan kan uppenbara sig som den man vill vara, man ger sig ut för att vara en viss typ av person. Man kan även se att en viss konkurrens om olika identiteter finns. Alla vill bli någon som andra bryr sig om, skapa kontakter och bli omtyckta. Man är på så sätt rädd för att face-to-face relationer gradvis ska komma att ersättas med Internetrelationer. (Ibid:181ff) Namnet man använder när man loggar in på olika webbplatser och communities är väldigt viktigt. Namnet man väljer att använda sig av kan liknas vid en slags on-line identifikation som andra människor känner igen personen vid. Namnet innehåller ofta även implicit information om användaren som andra användare kan utläsa och försöka tolka. (Ibid:38)

Internet har skapat en rad av sociala platser där människor möts och interagerar med varandra. En av dessa platser som har blivit populärt är communities. Det finns idag hundratusentals eller till och med miljontals olika typer av forum och communities där människor integrerar med varandra och delar olika värderingar, idéer och perspektiv. (Smith & Kollock 2001:3-4) Vem som helst som har tillgång till Internet är välkommen att träda in i den virtuella världen. Oavsett vart man bor, vad man heter, religionstillhörighet, socioekonomisk bakgrund eller etnicitet man har är man välkommen och delta i den gemenskap som finns på Internet. (Dahlgren 2002:217) Det diskuteras mycket kring ämnet gemenskaper på Internet och gemenskap som ett begrepp är mycket omdiskuterat inom samhällsvetenskapen. (Ibid:218) Vi kommer att ta upp ett flertal olika forskares definitioner av gemenskap och communities för att förklara vad ett community egentligen är för något.

Många sammankopplar communities med gemenskap vilket är den svenska översättningen av begreppet enligt Bokias engelska ordbok (1993), men det kan även översättas med samhälle, samfund eller koloni. Det finns även en tredje förklaring av ordet och det är befolkningsgrupp. Begreppet gemenskap är ganska svårdefinierat och det finns därför många forskare som har försökt förklara begreppet. Marshall (1998) menar att gemenskap handlar om ”en viss uppsättning av sociala

relationer baserade på något som deltagarna har gemensamt – vanligtvis en gemensam känsla av identitet” medan Bernhard (1973) är av en annan uppfattning och skiljer istället mellan två dimensioner av beskrivningen av begreppet gemenskap. Han menar att en dimension bygger mer på de sociala relationernas form medan den andra dimensionen handlar om de sociala relationernas innehåll. (Dahlgren 2002:151)

Begreppet community har som vi nämnt tidigare många olika beskrivningar i samhällsvetenskapen. Det är dock viktigt att komma ihåg att diskussioner om communities har pågått under en mycket lång tid, långt före uppkomsten av Internet. Härkomsten av dessa diskussioner dök upp redan under 1800-talet då familjer splittrades från jordbrukarsamhället och koncentrerades istället till städerna. Denna tolkning av community är tagen från boken *Gemeinschaft und Gesellschaft* av Ferdinand Tönnis (1887). Hans tolkning av ett community var en känsla av gemenskap som tillhörde en familj med traditioner som grundar sig på förståelse, enighet och språk. Det var en värld av nära förhållande mellan människor som möts ansikte-mot-ansikte. Under senare delen av 1800-talet gjorde Tönnis anspråk på att boken skulle omformas från *Gemeinschaft* till *Gesellschaft*. Hans tankemönster har varit ett återupplivande av diskussioner kring ett direktanslutande community. (Svenningsson 2001:76-77) I dagens moderna samhällen har människor som nu lever geografiskt separerade från varandra kunnat behålla kontakten genom kommunikationsteknologier som Internet. Genom Internet får vi som användare ett allt mer växande informationsutbud samt större möjligheter att hålla oss informerade. Människor som aldrig annars skulle mötas i verkligheten har haft möjligheten att göra det över Internet. Internetanvändningen sprids snabbt, men denna spridning följer ett rumsligt mönster som delar upp dess geografi efter rikedom, teknik och makt. Det är framförallt i stadsområden som Internetanvändningen ökat under de senaste åren och i landsbygdsområden och småstäder släpar man efter i tillgång till Internet. Men Internetanvändning handlar inte bara om antalet användare eller spridningen, utan också om användningens kvalitet. I denna snabba takt där Internet har växt fram som ett starkt medium har det för den vetenskapliga forskningen varit svårt att följa de förändringar i samhället och även för individer genom att utföra empiriska studier. Genom diskussionsgrupper, databaser och olika webbsidor kan individer kommunicera med varandra och hitta den information man söker. Internetanvändningen är något som ses på ett positivt sätt hävdar Sturmark (1997). Ju mer man använder sig av Internet desto roligare och lättare är det att söka efter den information man är ute efter. Av de personer som inte använder Internet har dessa svårt att hänga med i vissa resonemang, veta vad som är aktuellt inom IT-trenderna och som person känner man att man inte hänger med. Det är då mycket lätt att man blir påverkad av sin omgivning och börjar få upp intresset för allt vad Internet erbjuder. (Sturmark 1997:14-15)

Det finns oenigheter om vad virtuellt community egentligen betyder och vilket kriterium som är viktigast. Rheingold (1994) i sin bok *The virtual community* menar att ett virtuellt community främst är baserat på individers relationer till varandra och även tid och rums aspekten är väldigt viktig samt andra sociala aggregationer. Denna definition skiljer sig något från definitionen av traditionella

gemenskaper/communities. I traditionella gemenskaper är man tämligen överens om att den viktigaste aspekten är den geografiska, alltså att man bor inom ett geografiskt område som man delar med andra vilket gör att individerna ingår i ett geografiskt gemensamt community. Detta kriterium fungerar dock inte när det handlar om virtuella communities eftersom var man bor inte är relevant i den virtuella världen där alla är välkomna. (Pargman 2000:25) Pargman har även satt upp koncept som gäller inom virtuella communities. Han menar att relationer är nödvändiga för att forma och upprätthålla ett community men att relationer inte bildar communities. Möjligheterna att kommunicera och att interagera bildar inte communities men det är grundläggande för att forma communities. I ett community måste det finnas gemensamma intressen som kan leda till relationer men i vissa fall kan delade intressen gemensamt med olika åsikter även förstöra relationer. Den största skillnaden mellan Rheingold och Tönnies är att Tönnies menar att ett community är en typ av relation medan Rheingold skriver om att relationer är en del av ett community. (Ibid:25,26)

Det finns många olika slags gemenskaper som erbjuder interaktion mellan människor. Pargman talar om traditionella och moderna gemenskaper. De traditionella gemenskaperna kan vara stora vilket kan handla om deltagandet i offentliga debatter, information och kommunikation som sker i den stad, by eller kommun som man bor i. Dessa människor har då oftast stället de bor på som gemensam nämnare och ingår därför i en gemenskap. Det finns även mindre gemenskaper som t ex föreningar eller klubbar m.m. (Dahlgren 2002:219) Ett community kan betyda mycket för enskilda individer men det erbjuder även en chans för individerna att bli en del av en kollektiv företagsamhet, vilket är något som är mycket större än på individnivå. Pargman definierar begreppet community ”*Ett community karakteriseras av delade värderingar m.m genom ömsesidiga förbindelser och ansvar*” (Pargman 2000:22) Pargman anser att kommunikation på Internet, dator medierad kommunikation både kan skapa och upprätthålla moderna former av gemenskaper. Med moderna gemenskaper menar han de gemenskaper som sker med hjälp av Internet som kommunikationsmedel. Individerna i dessa nya gemenskaper är helt oberoende av vart de bor vilket är en förutsättning för traditionella gemenskaper. Pargman har studerat moderna gemenskaper som han även kallar virtuella gemenskaper som är det samma som gemenskaper på Internet. Han har tagit reda på hur dessa gemenskaper skapas och upprätthålls på Internet. Han menar att för att ordet gemenskap ska ha betydelse så måste den interaktion som finns mellan en grupp människor på Internet uppvisa en rörelse som ger ett visst uttryck för gemenskap. Han grundar detta på Tönnies definition av *gemeinschaft*. (Ibid:23,159,255ff)

Vi har nu försökt att reda ut vad ett community är för något och vad människor kan ha för behov av detta. Vi anser att dessa definitioner av gemenskap på Internet och communities överensstämmer med våra erfarenheter och tolkningar av begreppet. Vidare kommer vi att presentera ett av Sveriges största community för ungdomar som kan nås via webbadressen www.lunarstorm.se.

4.1 LunarStorm

Både juridiskt, tekniskt och socialt finns det flera tecken på att det sker en ökad fragmentisering av Internet. (Lundblad 2002:85) Ett exempel på fragmentisering är den uppdelning av olika grupper som finns inom de communities som har bildats. Det community som vi har valt att koncentrera vår undersökning på är LunarStorm. LunarStorm bygger i stort sätt hela sin affärsidé på att skapa en social identitet för unga användare som tillbringar mycket tid på deras sida. Nicklas Lundblad (2002) menar att: ”*LunarStorm är en virtuell fritidsgård, men också så mycket mer – det är en livsstil, och LunarStorms grundare är väl medveten om detta*” (Lundblad 2002:93) Att man har liknat LunarStorm vid en fritidsgård kan förklaras med att ungdomar i allt större utsträckning skapar och upprätthåller sociala kontakter genom att kommunicera via Internet och speciellt då med tanke på de communityn som finns. Där kan ungdomar samlas och skapa nya kontakter samt upprätthålla kontakter, leta upp gamla klasskompisar, se bilder på varandra, diskutera olika ämnen, hitta gemensamma intressen samt mycket mer. Detta gör att LunarStorm på flera sätt kan liknas vid en fritidsgård, det som saknas är den mänskliga face-to-face interaktionen. Men man skulle kanske kunna kalla LunarStorm och andra communityn för nutidens eller eventuellt framtidens fritidsgård.

LunarStorm är en webbplats, ett community där man kan hålla kontakten med kompisar, skapa nya kontakter och delta i diskussioner. LunarStorm är idag en av Sveriges största Internetsajter* och framförallt Sveriges största och enda gemensamma mötesplats för Sveriges ungdomar enligt LunarStorm själva. LunarStorm har blivit en mycket viktig del i många ungdomars sociala nätverk och vardag. Lunarsmeknamnet har för vissa ungdomar ersatt telefonnummer, adresser och e-mailadresser som visitkort. Medelåldern enligt LunarStorms grundare är 18 år. På LunarStorm finns det mängder av funktioner som gör det möjligt att kommunicera med andra medlemmar, som t.ex. via gästböcker*, Lunarmail*, diskussionsforum*, dagbok*, chat, klotterplank*, m.m. Sajten grundades 2000 och har idag över 1,3 miljoner aktiva medlemmar. (LunarStorm 2004c)

LunarStorm i siffror från Oktober 2004:

Antal sidvisningar: 1 087 180 519

Antal sidvisningar/besök: 54

Unika besökare Månad: 3 186 494

Unika besökare Vecka: 1 075 000

Unika besökare Dag: 332 000

Antal besök Månad: 20 123 212

Antal besök Dag: 649 000

Spenderad tid / besök: 22 min

Spenderad tid besökare / dag: 43 min (LunarStorm 2004d)

Så här beskriver företaget sig själva:

Företaget bakom LunarStorm, LunarWorks AB, är ett privat bolag som bildades 1999. Bolaget har idag 45 anställda, varav 30 på huvudkontoret i Varberg och 15 personer i Stockholm. Hans Eriksson är tf VD för LunarWorks AB och Rickard Ericsson är grundare och chefredaktör för LunarStorm. LunarWorks har två affärsområden, vilka är Företag och Konsument. Avdelningen Företag arbetar med att sälja företagets produkter som är media, undersökningar och partnerskap, till externa företag. Avdelningen konsument säljer produkter och tjänster direkt till medlemmarna. (LunarStorm 2004e)

Från att nu gett en beskrivning av företaget LunarStorm kommer vi nu gå över till att beskriva de teoretiska perspektiv som vi kommer att utgå ifrån i vår undersökning.

5. Användningsmodellen och det dramaturgiska perspektivet

Vi har nu redogjort för hur Internet har förändrats och hur informationen som finns där till viss del inte längre är helt tillgänglig. Man måste ibland betala för den information och de tjänster som man vill ta del av. Vi kommer utifrån användningsmodellen beskriva teoretiska perspektiv om hur individer använder Internet och hur de tillfredsställer sina behov genom detta medium.

Det finns många empiriska studier om medieanvändare dvs. publiken vad gäller massmedier. De empiriska studierna har bl.a. behandlat effekter där man genomfört laboratorieexperiment och omfattade fältstudier. Den empiriska metod vi kommer att använda oss utav är användningsmodellen eller uses and gratifications theory. Synsättet i denna teori har som sin grunduppfattning att publiken har en samling av behov som de försöker få tillfredsställda genom massmedierna. (Fiske 2001:200) Publiken betraktas som självständiga tänkare och handlande individer som använder medierna för att tillfredsställa sina behov av information, underhållning, självbekräftelse och social tillhörighet. (Gripsrud 2000:64) Användarna antas göra val med en förväntan om att de valda ska ge någon form av belöning/förnöje som svarar mot psykologiska eller sociala behov. Det kan t.ex. handla om förströelse eller information om viktiga händelser. (Ekström & Larsson 2000:275) Det är en teori som utvecklats för att kunna förklara masskommunikationen. Teorin stämmer också mycket väl överens med andra teorier om personlig kommunikation som bygger på de antaganden att vi använder sociala relationer för att tillfredsställa personliga behov och drifter. Vi kommer dock bara koncentrera oss på användningsmodellen. Användningsmodellen förutsätter en publik som är lika aktiv som sändaren. Den tyder också på att ett meddelande är vad publiken gör det till, inte vad sändaren har för ändamål. Användningsmodellen har därför vissa likheter med semiotiska modeller. (Fiske 2001:200)

Inställningen till Internetanvändningen kan ses från två olika vägar. Den ena vägen kan ses från användarna där man frågar sig vilka intryck som kommer från användarna, gällande deras attityder till en viss typ av information och val av orientering på Internet. Den andra vägen ses från det medium, i detta fall Internet där man ser till vilka faktorer av ett mediums innehåll och framställning som hjälper till att hålla kvar användarnas uppmärksamhet. (McQuail 2000:384) Att använda sig av Internet har idag blivit en naturlig del i många människors vardag. Vi kommunicerar allt mer via e-mail och söker information om tjänster och produkter m.m via Internet. Detta är något som är i ständig utveckling och vi blir allt mer beroende av Internet som ett kommunikationsmedie. (Dykert mfl 2002:13) Det finns många olika forskningsskolor som var och en för sig föreslår ganska olika slag av förklaringar till medieanvändningens beteendemönster. Varje inställning till individens medieanvändning har olika teoretiska grunder som skiljer sig i olika slag av forskningsstrategier och metoder. (McQuail 2000:384) Medieanvändning är skapad av ett antal element av mediernas struktur och den sociala strukturen. Den sociala strukturen vänder sig till de sociala faktorerna som utbildning, kön, ålder, socioekonomisk status etc. som har en stark influens på den generella livsynen och det sociala beteendet. Mediestructuren hänför sig till den konstanta samlingen av

kanaler, val av innehåll som finns tillgängligt i en given plats och tid. Mediesystemet besvarar påtryckningarna från individer och dessa gensvar försöker upprätthålla en stabil självreglerings balans mellan tillfredsställelse och efterfrågan. (Ibid:385) Weibull gjorde 1985 en undersökning gällande individers tidningsläsning där han kom fram till att när en individ skapar intresse för en specifik tillfredsställelse exempelvis en särskild sportnyhet kommer han eller hon bli mindre påverkad av mediestrukturen. Individer med mindre intresse för medierna verkar till att bli mer influerade genom ett specifikt innehåll. Detta är en påminnelse av den frihet som vi alla i princip har till att välja bort den information som inte tillfredsställer individerna. (Ibid:386) Idén av att medieanvändningen beror på den uppfattande tillfredsställelsen, behovet, önskingar eller anledningarna till varför vi väljer vissa typer av information är nästan lika gammalt som medieforskningen. Men tekniken som idag erbjuds i vårt informationssamhälle och som vi använder för att upprätthålla dessa behov genom Internet är för individer idag ett nytt sätt att tillfredsställa sig själva. Individer tillfredsställer sina behov genom medierna och exempel på detta är avkoppling, sällskap, tidsfördriv, förströelse eller eskapism. Denna syn av tänkande tillhör användarmodellen. Uppkomsten ligger i sökandet efter förklaringar av den attraktion till vissa typer av medieinnehåll. Den centrala frågan är varför använder individer medierna och vad använder de medierna till?

5.1 Tidigare forskning om användningsmodellen

Den första studien som gjordes inom denna forskningsriktning var från början av 1940-talet. I den studien fokuserade man på orsakerna till den populära attraktionen av olika radioprogram, särskilt såpoperor och frågesportprogram och även på den dagliga tidningsläsningen. Dessa studier ledde till vissa oförväntade resultat t.ex. att radiosåpoperor sände berättelser som ofta var särskilt betydelsefulla bland kvinnliga lyssnare. Radiosåpoperor erbjöd en källa av råd och stöd, en rollmodell av hemmafrun och mamman och även tillfälle för befrielse genom skratt eller gråt. Från nyhetsläsningen upptäckte man att tidningarna var mer än bara en källa av användbar information och även att tidningen var en viktig faktor av att ge läsarna en känsla av struktur av de dagliga rutinerna. (McQuail 2000:387) Användningsmodellens vanligaste metod är att med hjälp av ett frågeformulär där medlemmar i en grupp av ett gemensamt intresse uppmanas att ange sina främsta skäl för att se eller delta i en viss typ av medium. McQuail, Blumer och Brown (1972) har i sin studie använt sig av användningsmodellen när de undersökte tv-publiken av ett frågesportprogram. De kom fram till att större delen av publiken använde frågesportprogram för huvudsakligen fyra belöningar; självkänsla, social samverkan, spänning och utbildning. Forskarna upptäckte också under sin undersökning att de flesta av dem som använde frågesportprogram för att få självkänsla var lokaliserade i kommunala bostäder och tillhörde arbetarklassen. Man kan spekulera i att de använde mediet för att förse sig själva med en personlig status som deras sociala liv inte frambringade. Detta är ett exempel på kompenenserade användning av medier dvs. individer tillfredsställer sina behov genom medierna som det övriga sociala livet lämnar otillfredsställt. Andra individer hävdar McQuail, Blumer och Brown använder medier för att få samtalsämnen. I detta sammanhang kompletterar medier andra källor till tillfredsställelse av behov. (Fiske 2001:200) Det finns många studier som

använt sig av användningsmodellen i sina undersökningar. Många forskare har kommit fram till vissa generella slutsatser som t.ex. att individer söker efter information och använder ett medium för att få spänning, eskapism etc. (Ibid:202)

5.2 Användningsmodellens olika utgångspunkter

Uses and gratificationsforskningen blev under senare delen av 1960- och 70-talet mer genomtänkt och detaljerad. Grundantagandena var då att individers val av medier är ett medvetet val som tillfredsställelse deras motivationer. I den process av de olika medieval som individer gör har Katz 1974 varit intresserad av de sociala och psykologiska skapelserna av behov som frambringar förväntningar av medierna som leder till olika behovstillfredsställelser. Efter att McQuail studerat olika radio och TV program föreslog han ett schema av mediepersoners interaktioner som fångar de mest viktigaste medietillfredsställelser. (McQuail 2000:388) Det finns många olika forskare som nämner och kategoriserar dessa belöningar, men McQuails fyra huvudgrupperingar är typiska för användningsmodellen. (Fiske 2001:202) Vi kommer här förklara dessa fyra huvudkategorier tydligare då det för oss är viktigt att fördjupa oss i dessa fyra behovstillfredsställelser när vi ska undersöka ungdomars Internetanvändning på community LunarStorm.

- **Avkoppling**

Flykt från bindande problem

Känslomässig tillfredsställelse

McQuail antyder här att vi måste gå längre än att bara nämna dessa behov från verklighetsflykterna. Vi måste påvisa vad det är individer flyr från. (Ibid:203)

- **Personliga relationer**

Vänskap

Social användbarhet

Relationer definieras som en social gemenskap, exempelvis att hemmafruar lyssnar på radion hemma på dagarna för att höra röster och lyssnar på radion för att få sällskap. Ensamma individer som kanske har svårt för att knyta nya kontakter använder kanske Internet för att skaffa sig vänskap. Den sociala användbarheten innebär att medierna ger individer något att konversera om. Medierna ger en gemensam erfarenhet och ett gemensamt samtalsämne som gör det sociala samspelet enklare. Om alla ens vänner är exempelvis medlemmar på Internetcommunity LunarStorm och inte man själv är det skulle man kanske känna sig tillfälligt utesluten ur gruppen. (Ibid:203)

- **Personlig identitet**

Personliga referenser

Utforskning av verkligheten

Förstärkning av värderingar

Med personliga referenser menar McQuail att det är ett sätt på vilket individer använder ett program som en personlig jämförelsepunkt med sitt eget liv. Exempelvis kan kanske en medlem på LunarStorm jämföra sig själva med andra medlemmar. Utforskning av verkligheten betyder en direkt användning av ett programs innehåll för att hjälpa individen att förstå sitt eget liv. Förstärkning av värderingar ger en bild av hur exempelvis ett community bör vara eller LunarStorm kanske påminner individer om hur viktiga deras kamrater och kontakter är och hur detta hjälper dem för att hålla kvar kontakten med dem. (Ibid:203)

- *Bevakning*

Bevakningen hänför sig till det behov av information som vi får om eller av andra. Vi använder medier för att skaffa information som behövs för att de ska kunna behålla sin sociala roll. (Fiske 2001:204) Användningsmodellens grunder kan beskrivas som följande att individer är aktiva i deras mediemeddelande, de väljer själva ut det som de vill se, höra, läsa och använder innehållet för att tillfredsställa sina behov. Individer väljer med andra ord fritt bland mediernas utbud som han/hon bäst kan använda för att tillfredsställa sig själva. Det är också viktigt att ha i beaktning att medierna inte är den enda källan till tillfredsställelse, men att alla dessa tillfredsställelser används på samma sätt som medierna används. (Ibid:205)

5.3 Kritik mot användningsmodellen

Den teoretiska inställningen eller tillvägagångssättet i uses and Gratificationsforskningen har kritiserats för att inte ge någon framgångsrik förutsägelse eller orsaksförklaring av hur vi använder oss av medierna. En förklaring till varför dessa har varit fattiga förutsägelser kan delvis ligga i svårigheter av mätning och delvis i att mycket av medieanvändningen är egentligen mycket svagt motiverad. Generellt sett är att förhållandet mellan attityder till medierna och medieanvändningens beteende svaga och osäkra. (McQuail 2000:389) I vilken omfattning individers beteende är styrda genom specifika och medvetna motiv har diskuterats under en lång tid. Många forskare delar den ovisshet och har föreslagit att individer tänker mer i termer av tolkande strukturer grundade på erfarenheter. Kritikerna till användningsmodellen hävdar att motiven som kan beskrivas ofta är de som är de minst viktiga. Sammanföringen av dessa individer och mediernas innehåll är enbart en medveten kedja av behov och tillfredsställelse som begränsar betydelsen för teorin. (Ibid:504) Sammanfattningsvis kan vi säga att användningsmodellen söker efter att förklara individers medieanvändning.

5.4 Goffmans främre och bakre region

Från att ha läst om användningsmodellen finns det här också en annan dimension som vi vill behandla. Erving Goffmans teori tillsammans med användningsmodellen visar båda på ett socialt samspel och hur individer interagerar med varandra. Vi kommer nedan att presentera Goffmans begrepp, den främre och den bakre regionen. Hans begrepp brukar vara mest kända som frontstage och backstage, den främre och den bakre regionen, men vi kommer att använda den svenska översättningen av dessa begrepp. Dessa begrepp är relevanta därför att utifrån Internetanvändningen framträder individen både i den främre och den bakre regionen. Genom att kommunicera med andra via Internet kan användaren välja att vara anonym eller visa upp en annan identitet än sig egen. Man kan därför välja att inte berätta om sin bakgrund, sociala status eller något annat som man inte vill berätta för andra. Att möjligheten finns att man kan förbli anonym och bara visa upp den sida av sig själv som man vill visa för andra människor kan spela en mycket stor roll för den enskilde individen. (Dahlgren 2002:80) Man kan t ex sitta hemma framför sin dator och surfa samtidigt som man som Goffman menar att vi som människor slappnar av och inte behöver kontrollera och styra våra handlingar. När individer sitter hemma framför datorn är vi också på själva scenen, vi vill göra ett bra intryck på vår publik dvs. när vi presenterar vårt agerande inför andra människor försöker vi överföra information som ligger till grund för andras intryck av oss. (Angelöw & Jonsson 2000:24-25)

Goffman var intresserad av de sociala samspelet dvs. vad är det som händer när individer möts? Hur presenterar individen sig själv och sin aktivitet inför andra i en vanlig situation? Hur kontrollerar och styr individen denna uppfattning som andra individer bildar sig om en person? Vad kan och inte kan individen göra medan han genomför sitt framträdande inför dem? Detta är en del av det som Goffman tar upp i sin bok, "Jaget och maskerna." (Goffman 2000:9) I sitt dramaturgiska perspektiv betraktar han livet som ett skådespel. Han anser att vi alla spelar teater och liksom skådespelaren på scenen vill göra intryck på publiken. På ett djupare plan handlar det också om att hur vi bygger upp och befäster vårt "jag" och identitet i denna process. Skillnaden mellan den främre och bakre region är det som sker på scenen och det som sker bakom scenen menar Goffman. På scenen framträder vi på ett sådant sätt som vi vill framstå inför andra och i den bakre regionen utspelar sig det icke stilenliga beteendet. Den bakre regionen används för att sätta samman och repetera föreställningarna. Goffman menar att människor i allmänhet försöker ge en sådana positiv bild som möjligt av sig själva på scenen. (Angelöw & Jonsson 2000:24) En region kan förklaras som vilken plats som helst som till en viss omfattning är avgränsat av sinnesintryck och uppfattningar. Regionerna skiftar i sina begränsningar och är beroende av vilket kommunikationsmedium sinnesintrycken och uppfattningarna uppträder. Ett framträdande i en bestämd region har sina begränsningar med hänsyn på tiden. Varje individ som är belägen inom en rum-tid-dimension får tillfälle att observera framträdandet och låta sig inverkas på den beskrivning av situationen som råder av framträdandet. (Goffman 2000:97) När en individ kommer i kontakt med andra individer söker de i allmänhet efter att skaffa sig upplysningar om honom/henne eller att tillämpa de upplysningar om den personen som de redan har. Om observatören inte känner den individ gäller det att de kan av dennes

uppträdande och utseende skaffa sig ledtrådar som gör det möjligt för dem att tillämpa sina tidigare erfarenheter av individer. Ibland kan individer handla på ett beräknande sätt enbart för att åstadkomma det slags intryck som han/hon tror kan framkalla en speciell reaktion hos andra och som han/hon är angelägna om att uppnå. (Ibid:11,15) Om man utgår från ett visst framträdande kan det vara passande att använda benämningen främre regionen för att redogöra för den plats där framträdandet äger rum. En individs framträdande i den främre regionen kan förstås som ett försök till att ge intryck på att hans/hennes aktivitet i regionen som bevarar och ger uttryck åt vissa normer. Dessa normer kan delas in i två breda grupper. Den ena normen behandlar det sätt vilket den handlande visar sig inför sin publik med hjälp av gester och rörelser som är ett ersättningsmedel för talet. Dessa normer kan ibland komma att kallas för artighetsnormer. Den andra normgruppen tar upp det sätt på vilket den agerande uppför sig medan han/hon befinner sig utom syn- eller hörhåll för publiken. Det finns vissa krav som ställs på individen inom en region, dessa krav brukar man dela upp dem i två undergrupper, moraliska och instrumentella. De moraliska kraven hänför sig till att inte ofreda andra individer och att inte blanda sig i andras angelägenheter. De instrumentella kraven refereras till de skyldigheter som måste uppfyllas, exempelvis att man som medlem i LunarStorm måste följa vissa normer för att kunna få vara medlem i denna community. De moraliska och instrumentella normerna påverkar individer som måste uppfylla dem och dessa motiv används för att motivera de normer som måste bevaras. (Ibid:98)

Den andra regionen som Goffman redogör för är den bakre regionen som kan förklaras som en plats i anknytning till ett bestämt framträdande som bestrider det intryck som har uppmanats av framträdandet. I den bakre regionen utformas inslag i framträdandet som uttrycker något utöver sig självt. I denna region konstrueras illusioner och intryck öppet. Här kan individerna hållas dolda så att publiken inte kan jämföra den behandling som ges i den främre regionen. Där är sådana hjälpmedel som datorer och Internetanvändning placerade så att man kan använda dem i avskildhet. Här finns ingen publik som är direkt närvarande som kan bli kränkt av dem. Den agerande kan här koppla av, han/hon kan lägga av sin fasad, vila från sin publik och kliva ur sin rollgestalt. (Ibid:102) Den bakre regionens språk kan bestå av att man svär, är slarvigt klädd, sitter i ”slappa” ställningar, använder sig av slangord eller muttrar och skriker. Beteendespråket i den främre regionen kan i en viss mening ses som en motsats till att det som presenteras i den bakre regionens språk. (Ibid:114) Skiljelinjerna mellan den främre och bakre regionen visas tydligt överallt i vårt samhälle. Sovrummet och badrummet är klassiska exempel på platser som hålls utestängda från publiken. Det finns ändå många regioner som i ett sammanhang fungerar både som en främre och bakre region. Internetanvändningen och komunitiet LunarStorm är otvivelaktigt den främre regionen där individens status kommer till uttryck och varje medlems presentationssidas kvalité visas upp. Och ändå är det här som individen kan koppla av och uppträda hur han/hon vill utan att publiken kan ta del av det. Man kan i den bakre regionen dölja sin slarvighet i fråga om klädsel och beteende som i allmänhet är begränsade till sovrumsrummet och badrummet. (Ibid:110,112,113)

Från att nu ha redogjort för de teoretiska perspektiv med uses and gratification och Goffmans två begrepp som vi valt att beskriva kommer vi nu att redovisa vårt syfte med uppsatsen och ställa upp ett antal frågeställningar som vi är intresserade av att få svar på och som därmed är sammankopplade med de teoretiska perspektiv som vi redovisat ovan.

6. Syfte och frågeställning

Allt fler företag som är aktiva på Internet väljer att ta betalt för vissa tjänster och funktioner som de erbjuder på sina webbsidor. Communitiet LunarStorm är ett av de företag på Internet som har valt att börja ta betalt för vissa av de tjänster och funktioner de erbjuder sina medlemmar på sin webbplats. Vi tycker att detta är en mycket intressant utveckling och vill ta reda på hur detta uppfattas hos dem som använder LunarStorm. Vi vill även ta reda på vad ungdomar och unga vuxna har för behov av att använda communitiet LunarStorm och hur viktigt det har blivit för enskilda individer. Det vi är intresserade av att få reda på är hur viktigt LunarStorm har blivit i det vardagliga livet, hur människor kan skapa och upprätthålla relationer genom communities, hur man presenterar sig själv inför andra samt hur man på olika sätt kan få information om andra medlemmar. Därför har vi valt att dela upp vårt syfte i två delar:

Dels så vill vi undersöka ungdomars behov och användning av communitiet LunarStorm och dels så vill vi undersöka vad LunarStorms medlemmar tycker om att betala för vissa tjänster och funktioner på Internet.

När vi formulerat vår frågeställning har vi utgått utifrån de fyra teman som vi tidigare redogjort för i teori kapitlet. Dessa frågor presenterar utförligare i vår frågeställning nedan.

Hur fungerar Internetcommunities som ett vardagligt interagerat medium?

På vilket sätt skapas och upprätthålls relationer på Internet?

På vilket sätt presenterar man sig själv inför andra och hur uppfattar man andra medlemmar?

Hur bevakas sociala relationer och vad är det för information man kan få reda på genom LunarStorm?

Vi vill undersöka varför eller varför inte ungdomar betalar för de tjänster och funktioner som så många Internetföretag väljer att erbjuda på sina webbsidor och om de tycker att det är accepterat att företag tar betalt av sina kunder eller medlemmar för att få in intäkter och tjäna pengar. Dessa frågeställningar har vi formulerat:

Av vilka anledningar väljer vissa att betala för PRO samt vilka anledningar finns för att andra väljer att inte göra det?

Är betaltjänster accepterade bland LunarStorms medlemmar?

7. Material och Metod

7.1 Val av metod

Vår studie har för avsikt att analysera ungdomars attityder och deras beteende till Internetcommunity LunarStorm, det är då naturligt för oss att använda oss utav en kvalitativ metod. Med hjälp av en kvalitativ metod får våra ungdomar chans att beskriva sina tankar med sitt eget språk. Nästa steg för oss var att välja mellan olika metoder inom det kvalitativa fältet. Vi bestämde oss för att använda fokusgruppsintervjuer* på Internet därför att med denna metod hinner man med att intervjua fler personer under samma tidsperiod samt att deltagarna får möjlighet att diskutera de förutbestämda ämnena med varandra.. Andra aspekter av att använda sig av fokusgruppsintervjuer på Internet är att det är en lämplig metod där det krävs mindre från gruppdeltagarna. De behöver inte resa till en särskild plats, utan kan i lugn och ro sitta hemma framför sin dator. Något som vi varit noga med att våra deltagare har varit väl medvetna om att medan de deltar i intervjuundersökningen vill vi att de ska ägna sin tid åt intervjun och inte med andra aktiviteter framför Internet. Detta medför att gruppdynamiken bidrar till fler idéer och att det skapas ett intresse i ämnet som skall diskuteras. Eftersom våra deltagare besöker Internetcommunity LunarStorm flera gånger i veckan valde vi att nå dessa gruppdeltagare genom LunarStorm. Vår metod av fokusgruppintervjuer på Internet kräver att man har en dator och tillgång till Internet i hemmet, vilket inte alla medlemmar på LunarStorm har. Eftersom gruppdeltagarna antas vara erfarna i den virtuella världen såg vi inga problem av att skaffa deltagare därifrån och det blir därmed inga vilseledande grupper. Grupperna utgör högfrekventa användare av Internet och LunarStorm.

7.2 Fokusgrupper på Internet

Fokusgrupper är en form av djupintervjuer där forskaren möter en grupp människor som diskuterar ett redan på förhand bestämt ämne där det är ämnet som är fokus för diskussionen. Skillnaden mellan fokusgrupper och gruppintervjuer är att deltagarna i gruppen resonerar kring ett förutbestämt ämne som de antingen har en gemensam syn av eller som de inte är överens om. (Wibeck 2000:7,9,20-21,26) Fokusgrupper brukar genomföras som samtal där individer träffas, men på Internet blir diskussionen anonym och i skriven form. Genom fokusgruppstudier är det möjligt att inte bara få reda på individens erfarenheter och vad de tänker och varför de tänker så. Vidare gör denna intervju att gruppdeltagarna kan känna sig trygga och därigenom vågar uttrycka sig mer då de sitter i sina hem och inte på en bestämd plats där miljön kan kännas främmande. En annan fördel är att metoden inte har någon låst struktur, vilket medför att man kan utveckla denna metod på Internet. Denna metod har tidigare använts i uppsatssammanhang av Oscar Westlunds "Betala för nyheter på Internet" (2003) i syfte att undersöka läsarnas syn på nättidningar samt attityder till att betala för dess innehåll.

7.3 Sammanställning av vår intervjuguide

Under våra intervjuer kommer vi att börja med att ställa några inledande frågor till våra intervjupersoner. Detta gör att våra respondenter får möjlighet att berätta vad de använder Internet till, hur många timmar i veckan de spenderar på Internet och om de känner till och är medlemmar i flera communities än LunarStorm. Eftersom vår undersökning gäller community LunarStorm var det för vår del självklart att specifikt fråga våra respondenter några frågor som handlade enbart om LunarStorm. Dessa frågor handlade om deras medlemskap, deras regelbundenhet och deras aktiviteter på LunarStorm. (Se bilaga 1)

I vår intervjuguide har vi valt att ta upp olika teman där vi formulerat ett antal frågor under varje tema för att få så utvecklade svar som möjligt från de personer vi har intervjuat. De teman vi valt att diskutera är baserade på McQuails fyra kategorier av individers behov av medier såsom exempelvis TV och som i detta fall Internet, men vi har även utgått från våra egna definitioner av dessa begrepp. De teman som vi har ställt upp och som vi valt att använda i våra intervjuer är *avkoppling*, *personliga relationer*, *personlig identitet* samt *bevakning*.

Det första temat är *avkoppling*, här vill vi med hjälp av ett antal frågor försöka ta reda på om ungdomarna som vi intervjuar använder Internet som ett sätt att koppla av eller om Internet främst fungerar som ett medel att söka information med. De frågor som vi har ställt upp ger oss svar på vart någonstans ungdomar känner sig mest avslappnade när de sitter framför Internet och vilka behov som uppfylls och varför de sitter på specifika platser exempelvis i skolans datasal eller i deras hem där de har dator på rummet och hellre sitter i sin ensamhet. Frågor som vi också söker svar på här är om det finns vissa lockelser till varför man har ett behov av att surfa på Internet. Detta leder oss sedan in på nästa tema som handlar om personliga relationer.

Under temat *personliga relationer* vill vi framför allt försöka ta reda på om de relationer som ungdomar skapar och upprätthåller på Internet har lika stor betydelse som de relationer som de har i det ”verkliga” livet utanför Internetvärlden. Medierna ger en gemensam erfarenhet och ett gemensamt samtalsämne som gör det sociala samspelet enklare. Vi vill utifrån hans perspektiv se om ungdomars Internetanvändning stämmer överens med detta. Har någon/några av våra respondenter lärt känna person/personer via LunarStorm som de inte har träffat i verkligheten och hur viktig tycker de att det är att behålla denna bekantskapskrets som skapas via Internet. Detta tema hör även samman med face-to-face interaktion och hur den kommunikation som sker mellan två människor kan komma att förändras i samband med att relationer via Internet blir allt vanligare och kanske viktigare och då också upptar en större del av ungdomars vardag än vad de gjort förut.

Ungdomars *personliga identitet* är väldigt viktigt i samband med relationer på Internet därför är detta ett av våra teman i den intervjuguiden som vi tagit fram. Vi vill utifrån vår definition av personlig identitet titta närmare på ungdomars jämförelsebilder av sig själva, deras ärlighet och hur de

framställer sig själva på LunarStorm. På communities som LunarStorm kan ungdomar själva välja att skapa sig en identitet, de väljer själva vad de vill visa upp för andra och vad de vill behålla för sig själva. Ungdomarna väljer själva om de vill visa upp ett kort på sig själva på sin presentationssida och hur den ska se ut. De presenterar sig själva såsom de vill att andra ska uppfatta dem och de skriver vad de vill i sina personliga dagböcker och de kan även välja vilka som får läsa den och inte. Detta hör mycket samman med Goffmans främre- och bakre region som vi redogjort för i teori kapitlet.

Det fjärde och sista temat som vi tar upp är *bevakning* vilket handlar om hur man kan få fram information om personer och kunna skapa sig en uppfattning om dem utan att varken behöva träffa dem personligen eller ens prata med dem. Här utgår vi från att individer väljer själva ut vad de vill se, höra, läsa och använder det innehåll i informationen för att tillfredsställa sina behov. Denna information kan man få tag på genom att titta på och läsa andras presentationssidor, dagböcker, bilder och gästböcker och därigenom kan vi få olika sorters information om andra individer. Man kan även skapa sig en uppfattning om vad andra tycker och tänker om musik, politik och andra aktuella ämnen genom att läsa inlägg som andra skrivit i diskussionsforum och på så sätt skapa sig egna uppfattningar om vad man tycker och tänker om saker och ting. Vi vill med detta tema och dess frågor ta reda på vilken information om andra man kan få tag på och om individer tror på den information som andra lägger ut om sig själva. Vi ämnar även att försöka söka efter vad det är för typ av information som tillfredsställer våra respondenter på LunarStorm.

Till sist har vi valt att ta upp ett antal frågor om *betaltjänster*. Denna del har vi valt att lägga sist i intervjun med anledning av att vi vill kunna koppla samman denna del med de övriga teman vi tagit upp. Eftersom vi undersöker två synvinklar av betaltjänster, de som använder betaltjänsten PRO och de som inte betalar för denna tjänst, så skiljer sig frågorna något i intervjuguiden och de fokusgrupper som vi intervjuar får således olika frågor om betaltjänster på grund av detta. Denna del i intervjun anser vi vara en av de absolut viktigaste eftersom det är betaltjänster på Internet som vår uppsats till stor del handlar om så denna sista del kommer vi att lägga mycket energi och uppmärksamhet på.

7.4 Urval

Alla svarande i fokusgrupperna ska vara medlemmar på LunarStorm. Enligt Metodpraktikan bör man ha minst tre fokusgrupper som representerar olika aspekter. (Esiasson & Gilljam mfl 2004:347) Vår tanke var därför att vi skulle intervjuar sex fokusgrupper med fyra personer i varje grupp. Vi valde att inte använda oss av fler än fyra personer i varje grupp eftersom det då kan vara svårt att komma till tals och få höra varje enskild individs åsikt. Personerna i tre av grupperna använder betaltjänsten PRO medan de resterande tre grupperna inte använder sig av denna betaltjänst. Vi valde att göra denna fördelning eftersom vi vill veta om ungdomars Internetanvändning har förändrats i och med dessa nya betalsystem och vad det är som gör att ungdomar har tilläggstjänsten PRO kontra de som inte har PRO. Det kriterium vi har haft för vårt urval är att dessa ungdomar/yngre vuxna måste vara

femton år fyllda eftersom det skulle vara etiskt problematiskt utan föräldrars tillstånd. Dels ville vi att personerna skulle kunna få vara anonyma och dels är det svårt att få föräldrars tillstånd då alla är geografiskt utspridda över landet. Vi satte riktlinjen att fokusgruppsstudien skulle ha åtminstone 24 deltagare. Våra intervjupersoner är mellan 17-25 år gamla, vi har valt att benämna dem som ungdomar och unga vuxna. Eftersom vid 17 års ålder så är man inne i den senare delen av sitt tonårsstadium och vid 25 är man inne i det tidiga vuxenstadiet, därför tyckte vi att det var ett lämpligt sätt att benämna dessa individer med de begreppen.

7.5 Vårt tillvägagångssätt

Målsättningen i vår avgränsning var att komma i kontakt med människor som är flitiga Internetanvändare och besöker komunitet LunarStorm flera dagar i veckan. Målet har också varit att deltagarna ska ge oss ett rikligt tillskott av relevanta åsikter och föreställningar av Internetanvändningen och deras inställningar till betaltjänster på Internet. Innan genomförande av vår undersökning bildade vi en klubb på LunarStorm som vår uppdragsgivare tyckte var ett lämpligt sätt att nå ut till ungdomar som ville delta i vår undersökning. Detta tillvägagångssätt har använts förut bl.a. av Universitetet i Umeå. Vi bildade en klubb som vi valde att döpa till Undersökning_betaltjänst. Där presenterade vi vårt syfte med undersökningen och hur vi kommer att gå tillväga med våra respondenter i undersökningen. Vi gav här en utförlig instruktion om hur fokusgruppstudien skulle utföras och hur de skulle gå tillväga för att anmäla sitt intresse. Deltagarna uppmanades då till att vända sig till någon av oss, antingen via vår klubb, via e-mail eller som ett gästboksinlägg till oss eftersom vi själva är medlemmar på LunarStorm. Vi skrev också annonser där vi gjorde ”reklam” för oss själva via tjänsten ”Klotterplanket” som är en plats på LunarStorm där alla medlemmar kan göra sin röst hörd genom att skriva något till andra som de vill dela med sig av. På detta sätt fick vi tag på personer som använde sig av betaltjänsten PRO och även de som inte använde sig av denna betaltjänst.

Vi använde oss av programvaran MSN Messenger som vi tror att de flesta ungdomarna använder sig av idag för chatdiskussioner med sina kompisar etc. ICQ är också en populär chat, men eftersom ICQ främst är baserat på tvåpartskommunikation valde vi att använda oss utav MSN Messenger.

Vi har utifrån användningsmodellen konstruerat ett frågeformulär som vi använt som en intervjuguide när vi genomfört våra diskussioner med våra fokusgrupper. På detta sätt har vi fått fram ett antal angivna motiv för komunitet LunarStorm. Vi lät våra respondenter diskutera fritt och öppet, men dock efter en given ram inom vårt diskussionsämne. Under våra intervjuer började vi med att ställa några inledande frågor till våra intervjupersoner. Detta gjorde att alla våra respondenter fick möjlighet att berätta vad de använder Internet till, hur många timmar i veckan de spenderar på Internet och om de känner till och är medlemmar i flera communities än LunarStorm. Eftersom vår undersökning gäller enbart komunitet LunarStorm var det för vår del självklart att specifikt fråga våra respondenter några frågor som handlade enbart om LunarStorm. Dessa frågor handlade om

deras medlemskap, deras regelbundenhet och deras aktiviteter på LunarStorm. Vi har sedan utgått från McQuials fyra behovstillfredsställelser avkoppling, personliga relationer, personlig identitet och bevakning som vi har beskrivit i vårt teorikapitel.

7.6 Gruppindelningar

Utan att på förhand veta hur stort intresse för studien skulle bli eller hur många av dem som anmälde sitt intresse, fick vi 27 intresserade personer varav 20 personer av dessa genomförde intervjun. Nio av respondenterna var tjejer och de resterande elva var killar. Av dessa personer var det elva som inte använde tilläggstjänsten PRO samt nio som gjorde det. För att hålla ordning på vilka grupper deltagarna är med i var vi flitiga med att dela in deltagarna i två grupper, de som använde sig av betaltjänsten PRO och för de som inte använde sig av PRO. Vi hade sedan hand om var sin grupp och använde oss utav mappar med fokusgrupp 1, 2 och 3 för indelning. Vi skapade också en reservindelning där deltagare placerades om de hade tackat återbud eller om personer som var reserver för intervjun. Efter det hade vi flitig kontakt med deltagarna där de kunde läsa om oss i vår nybildade klubb och vilken tidpunkt intervjun skulle genomföras osv. Innan vi redovisar hur de olika fokusgrupperna sett ut vill vi redogöra för vad en grupp är. Vi valde att genomföra intervjuerna i tre omgångar alla på kvällstid klockan 19.00. Vi ansåg att denna tidpunkt skulle passa alla då de flesta slutat sitt jobb eller skolan. Det som kunde vara ett hinder var kvällsaktiviteter som exempelvis träning i någon idrottsgren etc. Deltagandet i de olika chattmöten har varit relativt låg. Under den första intervjuomgången av dem som inte använder sig av PRO deltog fyra personer som var vår avsikt. Men under den sista halvtimmen av intervjun var det en som var tvungen att lämna diskussionen på grund av träningsaktivitet. Under den andra omgången deltog alla fyra personer och under den tredje omgången deltog endast tre personer då den fjärde personen aldrig loggade in sig på MSN och ingen utav oss kunde nå denna person på annat sätt. Alla de respondenter som använde sig av PRO deltog under hela intervjuernas gång. Intervjuerna tog alla olika lång tid men höll sig inom ramen mellan en och en halv timma. Eftersom vi har under alla intervjutillfällen inte haft mindre än tre personer, motiverar vi att en fokusgrupp är ett samtal där minst tre personer deltar. Ett samtal med två personer i en fokusgrupp är det minimala antalet gruppdeltagare.

Intervju deltagare med dem som inte använder sig av PRO.

Grupp 1, en tjej, 22 och tre killar, 19, 19 & 23 år gamla (2004-12-07, kl. 19.00)

Grupp 2, två tjejer, 17 & 18 och två killar, 20 & 22 år gamla (2004-12-08, kl. 19.00)

Grupp 3, två tjejer, 20 & 21 och en kille 25 år gamla (2004-12-09, kl.19.00)

Intervju deltagare med dem som använder sig av PRO.

Grupp 1, en tjej, 24 och två killar, 21 & 24 år gamla (2004-12-07, kl. 19.00)

Grupp 2, tre killar, 17, 19 & 21 år gamla (2004-12-08, kl. 19.00)

Grupp 3, tre tjejer, 21, 22 & 23 år gamla (2004-12-09, kl.19.00)

7.7 Deltagande och personliga reflektioner kring fokusgrupperna.

Vi har ansett att alla gruppdeltagare är flitiga Internetanvändare med goda chatkunskaper. I den första gruppen som inte använde PRO hade alla väl utvecklade synpunkter på LunarStorm som community och varje enskild individs Internetanvändning, vilket blev en givande diskussion. Alla var mycket tillmötesgående under intervjun. En av deltagarna var tvungen att avbryta under den sista halvtimmen av intervjun, vilket medförde ett hastigt avsked. De använde sig också av smileys dvs. ett huvud med ett särskilt ansiktsuttryck och förde ett förkortat chatspråk. De skrev snabbt vilket vi tolkade som att alla i denna grupp var flitiga Internetanvändare. I grupp två som inte använde PRO deltog alla oavbrutet under hela intervjun och som på så sätt kändes mycket givande. Deltagarna kommenterade varandras inlägg vilket medförde en aktiv diskussion om de ämnen som togs upp. I grupp tre som inte använde PRO deltog endast tre personer då den fjärde personen inte dök upp och kunde ej nås. Från denna intervju kan vi konstatera att denna kan liknas som vid tre personlighetsintervjuer. Deltagarna svarade på våra frågor i korrekt ordning, men kommenterade inte varandras inlägg vilket medförde att ingen aktiv diskussion uppstod. För att undvika stress under intervjuens gång var vi noga med att ställa frågor till deltagarna efter att alla hade fått säga sin åsikt eller mening. Detta medförde att alla deltagare i grupperna kunde i ett lugnt tempo skriva längre meddelanden och att alla hade tid att tänka innan de skrev och vår uppfattning var att alla deltagare under forskningsintervjuerna var eftertänksamma. Vår uppfattning efter intervjuerna gav oss ett gott intryck av vår fokusgruppsundersökning på Internet. En av grupperna (grupp 1 utan PRO) var av den åsikten att de inte behövde någon kompensation eller ersättning för intervjun på grund av att de tyckte att det var ett givande samtal och intressant att få ställa upp i undersökningen.

I de tre grupper där de som blev intervjuade använde sig av betaltjänsten PRO var det planerat att varje grupp skulle bestå av fyra personer i varje. Tyvärr förhöll det sig på så sätt att det uteblev en person i varje fokusgrupp av olika anledningar. Främst var det att personen i fråga glömt bort tiden och hade planerat in något annat samtidigt. När vi läste igenom intervjuerna ansåg vi att vi fått in så mycket och intressanta svar och diskussioner från våra svaranden att vi bestämde oss för att det räckte att använda oss av de nio personer vi redan hade intervjuat i grupper om tre. Den första gruppen bestod av två killar och en tjej, den andra av enbart killar och den tredje av enbart tjejer alla personerna var mellan 17 till 24 år gamla. Man kunde se en viss skillnad i att killarna gav snabba, korta och vad vi tror uppriktiga svar, men inte lika genomtänkta som de svaren vi fick in från tjejerna. Tjejerna tog god tid på sig att svara vilket gjorde att svaren var genomtänkta, välformulerade och utförliga. Tyvärr diskuterade inte deltagarna så mycket med varandra som vi hade hoppats på. Detta gjorde att vi fick ha en ganska ledande och styrande roll i diskussionerna och ta hjälp av den intervjuguide som vi ställt upp. Men vi anser ändå att vi fått in mycket intressanta och givande svar med mycket tankar och åsikter kring Internet, communities och betaltjänster.

7.8 Brister och nackdelar

Fokusgrupper på Internet har också sina begränsningar. Vi som genomför undersökningen måste vara väl medvetna om våra roller därför att vi kan mycket väl påverka våra gruppdeltagare i rollen som moderator. Därför är det ytterst viktigt att redogöra för forskningsprocessen. Det är också viktigt att komma ihåg att grupperna är anordnade och att deltagarna kan komma att försöka hitta sin roll i denna ”undersökningsteater”. I vårt fall får våra deltagare en form av ersättning eller kompensation för att ställa upp i vår undersökning. Det är då viktigt att vara uppmärksam på att deltagarna inte försöker säga det de tror att vi som samtalsledare vill höra. Det kan också hända att gruppdeltagarna försöker vara välvilliga och anpassningsbara för att smälta in och få ett medgivande av de andra i gruppen. Svaren är med andra ord inte helt självständiga.

Något som vi i efterhand hade önskat var att vi hade skrivit ned ett utkast av en text som skulle presentera oss och vår undersökning som ett pop-up fönster på LunarStorms hemsida. Denna text skulle kunna fungera som en intresseväckare, där läsaren kunde få inledande information om studien. Vår uppdragsgivare föredrog att vi istället skulle bilda en klubb och därifrån söka efter deltagare. Detta krävde mycket tid och kraft från vår sida, då inte någon av oss hade använt sig av detta förut och att det krävde mer tid att göra ”reklam” för oss själva eftersom det inte var helt enkelt att hitta till vår klubsida från Lunarstorm’s presentationssida. Genom reklam på Klotterplanket började folk höra av sig antingen via mail eller via gästboksintlägg.

Vi kan inte vara helt säkra på att de personer som vi har intervjuat har varit helt ärliga mot oss gällande ålder och kön m.m. Detta är givetvis ett problem, men vi tror och hoppas att de personer vi har intervjuat har varit ärliga i sina svar och om sig själva. Eftersom de lämnade ut sina MSN adresser till oss och många av dem hade bilder på sig själva på MSN gav det personerna som vi intervjuade en högre trovärdighet. Vi vet även att LunarStorm kan kolla upp IP adresser på de medlemmar de har och på så sätt kolla upp vilka det är. Men trots detta kan man aldrig vara helt säker och detta problem är vi väl medvetna om.

Vi har inte upplevt några problem med att ha haft blandade grupper av båda könen. Det vi märkte var att det gärna var en deltagare i varje grupp som utmärkte sig mer än de andra. En annan sak som vi upplevde var också att en eller flera deltagare gärna tog efter det som redan hade sagts tidigare dvs. upprepning eller istället för att ge sina egna åsikter höll de gärna med andra deltagare. Detta har vi diskuterat och kommit fram till att vi inte ser detta som något direkt problem eftersom det alltid finns en eller flera personer som utmärker sig eller uppmärksammas oavsett vilket sammanhang det gäller. Ett annat hinder som uppkom var att vi fick en relativt styrande roll i diskussionerna. Det blev inte så livfulla diskussioner deltagarna emellan som vi hade hoppats på. Därför var det bra att vi på förhand hade ställt upp ett antal frågor under varje tema. De personer som vi intervjuade hade bra och intressanta svar men trots det så kunde vissa ändra åsikter när de sett vad andra skrivit.

7.9 Reliabilitet och Validitet

Vår studie är inte representativ i en kvantitativ bemärkelse, men den bör kunna vara det i en kvalitativ mening. Vi anser att i vår studie kan vi dra slutsatser om ett antal kvalitéer som vi funnit från vår undersökning. Utifrån våra fokusgruppsintervjuer har vi dragit slutsatser av individens tankar och synsätt och därifrån funnit kvalitéer. Dessa kvalitéer tror vi finns även utanför vår studie därför är de värdefulla, men kanske inte generaliserbara. Många forskare hävdar att det är lämpligt att fortsätta forska tills man når en mättnad. Vi anser att vi har nått en teoretisk mättnad eftersom våra svar och resonemang utifrån våra intervjupersoner har varit snarlika. Alla grupper har i vissa fall kommit fram till samma sak, men vi anser att det fortfarande finns mycket att hitta inom ämnet. Vi ser också att under alla genomförda fokusgruppsintervjuer fanns där en interaktion mellan alla gruppdeltagare. Hade denna interaktion inte skett mellan de deltagande hade reliabiliteten fått en minskning i vår undersökning. Deltagarna som var med i studien var positivt inställda till ämnet och deltagandet i vår undersökning. Vi tror att de hade en viss typ av nyfikenhet till undersökningen och det ämne som diskuterades. Att utföra fokusgruppsintervjuer på Internet är något som medför vissa typer av risker. Man kan lätt utge sig för att vara en annan person där man kanske ljuga om sin ålder, bakgrund etc. Vi är medvetna om detta, men tror att det är osannolikt att folk som ljuger deltar i vår undersökning. Alla de som deltog i vår fokusgruppsintervju hade även bilder på sig själva på LunarStorm och under intervju som skedde på MSN Messenger, vilket gör att intervjupersonerna känns för oss trovärdiga i deras diskussioner. Något som minskar vår reliabilitet i vår uppsats är att vi inte kunde fånga upp det kroppsspråk som en viktig detalj under vår intervjuundersökning. Vi lade också märke till att våra deltagare tog efter varandra dvs. de ändrar sin åsikt när de såg vad de andra deltagarna hade skrivit vilket minskar vår reliabilitet. Detta har vi dock tagit i akt när vi genomfört vår analys. Vi reserverar oss till en viss del för att vår undersökning skulle vara intersubjektivt testbar dvs. att en annan forskare skulle i framtiden göra en ny undersökning, med samma metod och ett liknande urval och komma fram till samma resultat. Vår reservation bygger på att det kan finnas stora individuella skillnader i en grupp med endast 20 deltagare. Men det finns anledning för oss att tro att om andra forskare skulle göra liknande tolkningar som vi har gjort och som dessutom har använt sig av McQuails fyra behovstillfredsställelser och Goffmans två begrepp skulle intersubjektiviteten och reliabiliteten vara god. Vi tycker detta därför att vi har gjort våra tolkningar utifrån ett grundligt teoretiskt perspektiv och kommit fram till liknande resultat. Vi anser att vi funnit ett brett och kvalitativt material från alla fokusgruppsintervjuer och har därför också kunnat uppfylla vårt syfte med uppsatsen som bidragit med en god reliabilitet.

När det gäller validitet är detta begrepp en problematisk term. Vad innebär egentligen att en undersökning har validitet? Svaret på denna fråga är att det innebär att en undersökning är representativ dvs. att undersökningens innehåll överensstämmer med verkligheten. Validitetesdiskussionen kommer in på frågor som rör sanning och kunskap. I vår undersökning innebär validitet att vi inte mäter något som Kvale (1997:215) skriver. Vi har i vår undersökning inte mätt någonting, utan vi har istället teoretiserat dvs. vi har relaterat våra svar och resonemang till våra

teorier. Inom den kvalitativa forskningen visas inte resultatet i form av siffror, man strävar här istället efter att få komma åt och få veta vad den intervjuade menar eller hur personen/personerna uppfattar ett ord eller en händelse. (Trost 1997:101) Vi har med andra ord försökt finna kvalitéer utifrån våra intervjupersoner och på så sätt försökt spegla, relatera och teoretisera detta till den sociala verkligheten. För oss spelar också trovärdigheten en mycket betydande roll i vår undersökning. Vi måste kunna visa andra att vår analys är trovärdig därför är det för oss viktigt att relatera och teoretisera våra resultat för att få en god validitet i vår undersökning. Vi vågar säga att resultaten i denna undersökning överensstämmer med de 20 deltagares syn på komunitet LunarStorm och deras betaltjänster och det finns anledningar för oss att tro att det är så även utanför vår studie. Därför tycker vi att vår undersökning håller god validitet. Däremot är vi medvetna om att utifrån vårt urval som omfattar endast tjugo personer går det inte att göra generaliseringar utifrån undersökningens resultat. Men vi tycker att resultaten är värdefulla eftersom det finns anledningar för oss att tro att detta är representativt som kan visa en riktning om hur det möjligtvis kan förhålla sig i ett större perspektiv.

8. Analysredovisning

8.1 Disposition över redovisningsanalysen

För att göra det lättare att följa upplägget i vår redovisningsanalys valde vi att inleda detta kapitel med en övergripande disposition över hur vi har lagt upp analysen. Som första del i analysen har vi valt att skriva ett inledande resonemang kring Internetanvändning där vi har fått svar på vad våra respondenter främst använder Internet till. Efter detta inledande resonemang börjar vi med den första frågeställningen om avkoppling där vi får reda på vad LunarStorm betyder för våra intervjudeltagare och hur mycket tid de spenderar på LunarStorm. Sedan går vi vidare och diskuterar kring skapande och upprätthållande av relationer på Internetcommunities, här får vi även svar på varför individer använder LunarStorm. Den tredje frågeställningen handlar om hur man presenterar sig själv inför andra individer på Internet samt hur man uppfattar andra medlemmar på komunitiet LunarStorm. Vi kommer här in på ärlighet på LunarStorm. Efter detta följer ett resonemang kring hur man bevakar relationer samt vad det är för information man kan få fram om andra medlemmar och hur man kan få tag på denna information. Eftersom denna frågeställning kan vara lite svår att förstå kommer vi även att beskriva utförligare vad vi menar med begreppet bevakning och vad det har för betydelse när vi talar om LunarStorm. Efter dessa fyra frågeställningar kommer vi in på ett nytt kapitel som handlar om betaltjänster som är den andra delen i vårt tvådelade syfte. Här kommer vi att ta upp vad det finns för olika skäl till att vissa väljer att betala för LunarStorms betaltjänst PRO och varför vissa väljer att inte betala för denna tjänst. Vi kommer även att diskutera kring huruvida det är accepterat för företag på Internet att ta betalt för vissa tjänster och funktioner som de erbjuder på sina webbsidor. Som avslutning på varje frågeställning har vi valt att kortfattat summera svaren på frågorna vi ställt. Slutligen kommer vi att sammanfatta alla de resultat vi kommit fram till för att knyta ihop vår redovisningsanalys.

8.2 Resonemang kring Internetanvändning

Vi började alla fokusgrupps intervjuer med att ställa några övergripande frågor om Internetanvändning. Vi kom då fram till att communities, i synnerhet LunarStorm har stor betydelse för de personer vi intervjuade. De flesta av våra respondenter använde främst Internet för att få tillgång till de olika communities som finns tillgängliga på Internet, speciellt LunarStorm. Dessa svar var något vi hade räknat med eftersom alla de vi har intervjuat är aktiva medlemmar på LunarStorm. Den mest regelbundna besökta sidan hos våra deltagare som har PRO var LunarStorm, vilket också stämde överens med de som inte använder sig av betaltjänsten PRO. Ett annat stort användningsområde var e-mail vilket vi även hade trott att det skulle vara. Några uppgav att de också använde sig av "file-sharing" dvs. nedladdning av exempelvis musik, film eller programvaror från andra användare vilket är olagligt. Man kan dock se en liten skillnad i att det är killar och bara några få tjejer som erkänt att de använder sig av detta. Vi tror att det kan vara så att många har inte valt att nämna detta som ett användningsområde just för att det inte är tillåtet. Vi fann att

informationssökning inte var ett stort användningsområde som vi hade väntat att det skulle vara. Detta tror vi kan bero på att alla våra deltagare visste på förhand att undersökningen gällde främst komunitiet LunarStorm och då koncentrerade sina svar till det ämnet.

8.3 Avkoppling - Hur fungerar Internetcommunities som ett vardagligt interagerat medium?

De flesta av intervjupersonerna besöker LunarStorm varje dag, de var endast ett fåtal som inte gjorde det och de flesta ansåg att de inte hade ett behov av att logga in varje dag, men att de gjorde det ändå. Om man ska definiera ordet behov så betyder det en nödvändighet eller en längtan och om man då loggar in på LunarStorm varje dag kanske det ändå är ett slags behov som dessa personer har, fast på ett omedvetet plan. Så här förklarade två av tjejerna deras användande av LunarStorm:

"Inget behov men loggar in varje dag ändå (inne i förnekelsestadiet)"

Tjej 24, använder PRO

"Jag är jämt på Lunar, sitter där typ varje morgon och varje kväll så fort jag har tillgång t nätet och är hemma!...så fort jag blir utloggad så loggar jag in då jag kommer hem!...fast det där går i perioder, ibland är jag inte alls där och ibland jämt!! Beror på hur kul jag har det!"

Tjej 22, använder PRO

I det första citatet kan man klart och tydligt se att personen inte anser att hon har ett behov, men är ändå medveten om att det kan anses vara ett behov om man kollar in varje dag. Det andra citatet ger en bild över hur viktigt LunarStorm har blivit i många människors vardag. Det visade sig att hemma var den mest avslappnade platsen där intervjupersonerna använde sig av Internet. Detta hade vi förutspått då hemmet är den plats där man kan känna sig avslappnad. Detta kan man koppla till Goffmans bakre region. I denna region behöver man inte kontrollera eller styra sina handlingar. Något som också märktes tydligt under vår analysgenomgång var att datorn har fått en central plats i mångas hem och att det även är vanligt att man har fler än en dator i hemmet.

"Datorn står i mitt och min killes rum på skrivbordet! Det är centrum av rummet, vi har skrivare, scanner, ljudsystem, brännare och så där till den också"

Tjej 22, använder PRO

"En i köket, en i sovrummet och en bärbar vid tv:n. En av datorerna fungerar som en brandvägg för dem andra."

Kille 19, ej PRO

Det har blivit allt vanligare och accepterat att många har ett datarum, precis som man har ett tv-rum. Detta kan vi återkoppla till de nya former och förändringar av kommunikationen i våra samhällen.

Vårt sätt att använda Internet har förändrat vårt sätt att tänka, handla och kommunicera och umgås med andra människor. Det är inte tekniken som har bidraget till dessa förändringar utan det är människornas användning av den nya tekniken som förändringarna i samhället sker. Ju fler människor som skaffat sig en dator i sina hem vilket gör att datorn får en mer central plats i hemmet där man kan sitta i lugn och ro och ta emot världen från sitt hem.

Många av de som har PRO tyckte att de ibland prioriterade att sitta framför datorn istället för att ägna sig åt andra intressen. Många kom då fram till samma sak, att datorn tar mer tid än vad den egentligen borde göra, men att datorn ingår som en del i deras vardag vilket skilde sig markant för de som inte använder sig av PRO. För de intervjupersoner som inte använder sig av PRO skulle de aldrig kunna tänka sig att prioritera Internet framför andra saker som t ex träningsaktiviteter eller umgås med kompisar etc. Många menade här att Internet kommer i sista hand. Under denna kategori kan vi inte se några skillnader mellan könen.

”I och med att jag jobbar på Internet (poker) så blir det mkt tid, när man kanske borde plugga. Men om kompisarna vill hitta på något så är det klart att det går före...”

Tjej 22, ej PRO

”Tar för mycket tid egentligen mot vad de borde, även om man känner på sig att man prioriterar fel.”

Kille 21, använder PRO

Dessa två citat är från en som inte använder PRO samt från en som använder PRO, dessa två citat är utvalda för att dessa två belyser att de som inte använder PRO prioriterar intressen och kompisar före datorn medan det i många fall hos dem som använde PRO var tvärtom. Killen i det senare citatet sa även under intervjuens gång att han skulle vilja använda datorn och Internet mindre, men att det var på grund av hans jobb som datorn upptog en stor del i hans vardag. Vi kunde tydligt se att de som använde PRO i högre grad integrerade datorn och Internet mer i deras vardag än de som inte använde PRO. Vilket är ett tecken på att PRO kan påverka den tid medlemmarna tillbringar på LunarStorm.

8.4 Relationer - På vilket sätt skapas och upprätthålls relationer på Internet?

Många utav våra respondenter från alla genomförda intervjuer kände till flertalet olika communities. De som var mest kända var LunarStorm och Helgon.net bland de som hade PRO. För de som inte använder sig av PRO angav de flesta bara LunarStorm. Genomgående för alla grupper var att alla är aktiva medlemmar på LunarStorm och för de som använder sig av PRO var det också populärt att vara medlemmar i flera olika communities. Dessa personer har varit medlemmar sedan LunarStorm startade, vilket inte var detsamma för de som inte använde sig av PRO. Dessa personer har bara varit

medlemmar i några fåtal år. De främsta orsakerna till att de blev medlemmar var att de tyckte att LunarStorm är en bra community som hjälper dem att på ett bra sätt hålla kontakten med kompisar. Många av deras kompisar var redan medlemmar innan de själva blev det så därför föll de lätt för grupptycket och vill inte känna sig uteslutande från denna gruppgemenskap. En tjej svarade så här:

”...enda stället som alla vänner och familj har gemensamt. Sen jag flyttade 80 mil från alla så är det viktig att ha alla på samma ställe.”

Tjej, 21 använder PRO

”...dom jag inte pratar med på länge brukar jag ta bort från vännerlistan. Men dom jag känner och träffat står såklart kvar som ja försöker hela tiden hålla kontakt med.”

Tjej, 21 använder PRO

Dessa två citat klarlägger att det är mycket viktigare att upprätthålla kontakter än att skapa nya eller att hålla kontakt med personer som man aldrig har träffat utanför Internet. En del hade mycket att berätta om hur de kunde gå till när de mötte andra individer som de inte hade träffat i verkligheten på LunarStorm. Vid vissa tillfällen var det tydligt att intervjudpersonerna loggade in på LunarStorm för att upprätthålla en kontakt. Denna kontakt kunde vara en bekant sedan tidigare och även personer som man inte har träffat i verkligheten men som man har lärt känna på LunarStorm. Här skiljde sig inte PRO-användarna mot icke PRO användare så mycket åt. Svaren varierade något, men en gemensam nämnare för alla intervjudeltagare var att det finns ingen som tyckte att de personer som man inte träffat i verkligheten utan bara träffats på LunarStorm är inga personer man känner riktigt väl. En tjej säger så här:

”Dom jag inte träffat så kan jag inte uttrycka att jag känner dom. Dom kan ju vara helt annorlunda i verkliga livet än vad dom är framför datorn.”

Tjej, 21 använder PRO

En kille kommer sedan in på att LunarStorm är egentligen inte ett bra sätt att knyta kontakt med personer som man inte träffat i verkligheten. Han motiverar sin åsikt så här:

”...Eftersom att text på en sida på Internet inte är ett bra sätt att visa vem man är. Det krävs en röst och ögonkontakt.”

Kille, 22 ej PRO

En annan tjej tycker tvärtom vad kille 22 tycker. Hon säger så här:

”Ja, det tycker jag. Man ska skriva vad man vill och inte behöva oroa sig för att de ska veta sanningen.”

Tjej, 20 ej PRO

Detta var något som många grupper tog upp i deras diskussioner. En person som man aldrig träffat i verkligheten kan man inte helt och hållet lita på. Men att man har en möjlighet att hitta på och ljuga om precis vad som helst. Något som intervju personerna enades om var att de personer som man har träffat i verkligheten känner man ett större förtroende för när man möts face to face. Samma person som från det sista citatet kom också in på att de bekantskapskretsar man har på LunarStorm inte alls är lika viktiga för de man har på jobbet eller i skolan. Han förklarar det så här:

”Det är inte på något sätt viktiga. Eftersom Kalle 23 kanske i själva verket är Olle 14 på LunarStorm. Man kan inte veta till hundra procent om personen är den den utger sig för att vara. Skillnaden på en internetvän och en verklig vän är att man vet vem man har att göra med när man umgås med den verkliga, medans nätvännen kan man bara gissa. Det är mycket lätt att vara oärlig på nätet om man vill. Men man kan ju söka på personens ip-nummer.”

Kille 22, ej PRO

Här går det att göra en koppling till face-to-face interaktionen. Face-to-face interaktionen har till viss del ersatts eller blivit ett komplement till den medierade kommunikationen som sker med hjälp av Internet och dess chatprogram, forum och olika communities som har bildats i anknytning till utveckling av Internet och dess funktioner. För att anknyta detta citat till frågeställningen tycker vi att det ger ett bra svar på hur flera av våra intervjupersoner tänker om de relationerna som finns på Internet och i det verkliga livet. Vi har kommit fram till att man behöver inte längre vara sig själv utan kan uppenbara sig mot det man vill vara, man ger sig ut för att vara en viss typ av person. Man kan även se att en viss konkurrens om olika identiteter finns. Alla vill bli någon som andra bryr sig om, skapa kontakter och bli omtyckta.

De flesta av dem som vi intervjuade var medlemmar på LunarStorm för att upprätthålla kontakter med vänner, bekanta och familjemedlemmar. Vi kunde se att det var mycket viktigare att upprätthålla kontakter än vad det var att skapa nya. De var väl medvetna om att andra medlemmar kanske inte var helt ärliga mot dem och därför litade de mycket lite på de personer de aldrig träffat i verkligheten. De personer de aldrig hade träffat utanför den virtuella världen var inte så viktiga att hålla kvar kontakten med. En intressant aspekt som vi upptäckte var att många av respondenterna skiljde på det ”verkliga” livet och det ”överkliga” livet. Det liv som de levde på Internet och på LunarStorm var inte lika verkligt som det liv de levde utanför den virtuella världen.

8.5 Identitet - På vilket sätt presenterar man sig själv inför andra och hur uppfattar man andra medlemmar?

LunarStorm erbjuder alla sina medlemmar att lägga ut foton på sig själva på deras presentationssidor och föra dagbok om de så vill vilket visade sig att flertalet av våra respondenter gjorde och där fanns ingen markant skillnad mellan killar och tjejer. Det som visade sig var att de som har PRO skriver oftare dagbok än de som inte använder sig av PRO. En viktig aspekt var att majoriteten av alla

gruppdeltagare hade en bild på sig själva på deras presentationssidor. Genomgående för dessa personer var att alla tog en bild som de själva var nöjda över dvs. en återkoppling till Goffman där vi som individer i allmänhet försöker ge en sådan positiv bild som möjligt av oss själva på scenen, där individer försöker bygga upp och befästa sitt jag och sin egen identitet i den främre regionen.

"jag tar den bild jag tycker jag själv ser bäst ut på! Den som gör att jag framhävs som något bra."

Tjej 22, använder PRO

Två av våra deltagare diskuterade huruvida viktigt det är med bilder på sin presentationssida så här sade den ena av dem:

"...de som inte har någon bild på sig själva har kanske blivit mobbade för sitt utseende eller för att man bara inte vill."

Kille 19, ej PRO

"Men det är ju faktiskt lite så. De personer som inte vill visa upp sig själva förutsätter man att de inte ser så bra ut, elakt sagt men jag tänker så i alla fall."

Tjej 22, ej PRO

Man skulle kunna tro att utseende inte är lika viktigt när man inte kan se den personen man pratar med, men det visade sig att utseende är mycket viktigt på Internet. Flera av personerna som vi talade med erkände att de vill att personen de pratar med på LunarStorm visar en bild av sig själva. Många tyckte att det var svårt att skapa sig bilder och uppfattningar om en annan medlem på LunarStorm genom att bara läsa deras presentation, så här säger en tjej om detta:

"våldigt svårt att bedöma personer genom pres, vissa är ju väldigt bra på att skriva om sig själva, medans andra bara skriver ner citat och låtar, på så vis inte så lätt att bedöma."

Tjej 21, använder PRO

Internet och komunitet LunarStorm möjliggör ett identitetsskapande för individer såsom de själva vill att man ska uppfattas. På LunarStorm kan man välja att inte lägga ut de mindre bra sidorna av sig själv och istället bara visa de bra intrycken som ligger till grund för andras intryck av dessa individer. Detta medför att LunarStorm erbjuder sina medlemmar att visa upp en sida av sig själv som man kanske egentligen inte är. Med detta kommer vi tillsammans med identitetsskapandet in på ärligheten på LunarStorm. Många höll med om att det råder en mycket liten ärlighet på LunarStorm. En kille berättar hur han presenterar sig på sin sida:

”...Jag slimmar ner allt till att verka otrevligt och ointelligent. Min presentation säger inget om hur jag är i verkliga livet. Inte beller mitt agerande mot folk jag inte känner. Jag framför väl ett budskap av att vara ganska tokig i bollen, precis så som jag vill ha det.”

Kille 24, använder PRO

Denna killes presentation av sig själv är inte så personligt utvecklad och vidare berättar en annan kille om varför han tror att folk är oärliga på LunarStorm:

”...Just för att man kan hitta på saker och ting. Ljuga och skoja utan att någon kan bevisa eller konfrontera dem. Det kan man inte lika lätt i det verkliga livet och man skulle slippa bli besviken när man sedan kom på hur de egentligen var. Det blir som deras alter ego.”

Kille 23, ej PRO

Från det första citatet uttalar sig killen om hur han framställer sig själv på LunarStorm fast han i själva verket inte är den typ av person. Vi kan här även göra en återkoppling till Goffman där han menar att i den främre regionen kan individer handla på ett beräknande sätt enbart för att åstadkomma det slags intryck som han eller hon tror kan framkalla en speciell reaktion hos andra. Kille 23 är här angelägen om att uppnå denna reaktion. Vi får här svar på varför man vill ge sig ut för att vara någon som man i själva verket inte är. Genom att individer kommunicerar med andra på LunarStorm kan användaren välja att visa upp en annan identitet än sin egen. Vi kan som Goffman menar, att vi vill göra ett bra intryck på vår publik dvs. när vi presenterar vårt agerande inför andra människor försöker vi överföra information som ligger till grund för andras intryck av oss. Det är som att spela en teater, där skådespelaren på scenen vill göra intryck på publiken och det är precis detta vi kan utläsa från det första citatet.

Utifrån från våra intervjupersoner har vi kunnat utläsa att det råder en liten ärlighet på LunarStorm, många medlemmar kan försköna sig själva och välja att hitta på saker just för att ingen kan bevisa eller konfrontera dem. Vi anser att detta råder även i verkligheten fast kanske inte i lika hög grad som i den virtuella världen. I möten tillsammans med andra individer visar vi oftast upp det allra positivaste delarna av oss själva och strävar alltid efter en egen identitet. Det visade sig att i ett antal av fallen anser intervjupersonerna att anonymiteten på LunarStorm spelar en viktig roll. Många menar att det är bra att man kan välja att vara anonym och där man ska kunna bestämma själv hur mycket man vill berätta om sig själv. En del menade att man kan med hjälp av sin anonymitet diskutera känsliga ämnen som man inte vill att hela ens bekantskapskrets ska få veta. En annan sak som också kom upp under diskussionens gång var att anonymiteten får aldrig gå så långt att andra medlemmar blir störda av det dvs. att man blir provocerad eller något annat liknande.

Det visade sig att bilder var en mycket viktig del i medlemmarnas presentationer, bland de personer som vi talade med valde de flesta att visa upp en bild på sig själva. När de valde vilken bild de skulle visa upp på sina presentationer valde de oftast en bild som de tyckte beskrev dem själva såsom de

ville att andra skulle uppfatta dem. Många var överens om att det var mycket viktigt att andra medlemmar lade upp bilder på sina presentationer som andra kunde se. Men trots att vissa hade bilder på sina presentationer var det ändå svårt att skaffa sig en riktig uppfattning om hur andra personer är på LunarStorm. Många var överens om att det råder en liten ärlighet på Internet och på LunarStorm. De flesta trodde att många förskönar beskrivningen av sig själva eller låter bli att berätta vissa saker för andra. Här kunde vi tydligt återkoppla till Goffmans främre och bakre region och hävda att det faktiskt är så att många väljer att visa upp en sida av sig själv för andra på LunarStorm samtidigt som många väljer att behålla vissa saker för sig själva.

8.6 Bevakning - *Hur bevakas sociala relationer och vad är det för information man kan få reda på genom LunarStorm?*

Begreppet bevakning kan vara svårt att sätta in i detta sammanhang, vi vill därför förklara vad vi menar med begreppet bevakning i samband med vår undersökning om LunarStorm. Man skulle kunna säga att LunarStorm har gett begreppet en ny mening, förr handlade det om att man bevakade var som hände genom att läsa dagstidningen eller lokaltidningen för att se vad som har hänt där man bor, vilka som har fötts, gift sig eller för att läsa dödsannonserna. När vi använder ordet bevakning menar vi hur andra medlemmar på LunarStorm kan genom att se andras presentationssidor och använda diskussionsforumet få reda på vad andra tycker om ett speciellt ämne eller vilka åsikter de har. De kan också läsa andras gästböcker och dagböcker etc. för att få reda på vad som har hänt nyligen. Man kan t ex titta om det finns andra medlemmar som har blivit tillsammans eller vilka medlemmar som känner varandra. Så här skriver en medlem om hur dagboken kan användas som ett sätt att få reda på saker om en person som man kanske inte skulle få reda på annars:

"...jag tror att tjejer att dom speciellt skriver väldigt personliga saker ibland på lunar som dom aldrig hade delat med sig till någon. Jag hade en tjejkompis som skrev en grej som hon aldrig hade kunnat säga till mig."

Kille 20, ej PRO

En annan medlem sade så här om samma sak, men beskrev istället hur han använde gästboken för att söka information om andra medlemmar:

"Ja kanske, om det är någon person som man inte träffat på jättelänge och läser på den personens gästbok."

Kille 25, ej PRO

Dessa två citat förklara på vilka sätt som medlemmarna kan söka information om andra medlemmar. Både de som hade PRO och de som inte hade PRO medgav att de läste andras gästböcker utan att själva skriva något till personen i fråga. Anledningen till detta var främst att man var nyfiken samt att man ville kolla hur seriös personen är. I de grupper som inte hade PRO kom det

fram att de läser sina syskons eller kompisars gästböcker för att få reda på saker som man kanske inte skulle ha fått reda på annars.

Svaranden i den första gruppen som inte hade PRO ansåg dock att man söker lite information om andra medlemmar. De andra två grupperna däremot tyckte att man gjorde det till en viss del. Att det var så få som sökte information om andra medlemmar förklarade de med att om man inte har PRO så har man inte tillgång till lika många sökfunktioner. Inte heller de respondenter som hade PRO sökte vanligtvis information om andra medlemmar på LunarStorm men de ansåg att man kunde få reda på det mesta om en annan medlem genom att titta och läsa deras presentationer, deras dagböcker samt deras gästböcker. Att så få erkände att de sökte information om andra medlemmar kan ha att göra med att de inte tänkte på vad "information" innebär, många kanske går in på en persons presentationssida och kollar hur gammal personen är eller vart han eller hon bor utan att tänka på att det är information om den personen. En tjej hade använt LunarStorm till att leta upp medlemmar som kom från samma stad som hon själv och en annan tjej brukade använda "tärningen" som är en funktion på LunarStorm som är tillgänglig för dem som har PRO där man slumpmässigt kan leta fram andras presentationer.

"Kollade i början vilka som var medlemmar ifrån den stad jag är ifrån annars söker jag ingen information."

Tjej 24, använder PRO

"Brukar inte vara så nyfiken på andra direkt så jag söker upp någon speciell! Mest tärningen och strutta runt med hjälp av mitt pro! Kanske skriva något på klotterplanket men bryr mig inte så mycket om vem som svarar, mest kul att få svar på de man frågat om."

Tjej 22, använder PRO

Bland dem som inte hade PRO var det inte lika vanligt att använda diskussionsforum på LunarStorm som det var bland dem som hade PRO. De menade att de som håller till på diskussionsforumen är ofta mycket insatta i det de diskuterar. Klotterplanket var något som ofta kom upp i diskussionerna, denna funktion har alla medlemmar på LunarStorm tillgång till, även de som inte har PRO. Det är en sida där alla kan läsa och skriva inlägg som kan liknas vid en mycket förenklad version av diskussionsforumet. De som hade PRO var både mer aktiva i att svara på och starta diskussioner, detta gjorde många va dem regelbundet. Så här sade en kille som använde PRO om hur ofta han använde diskussionsforumet:

...så mycket man binner med. Diskussionerna handlar mycket om Lunarsmink eller kommentarer om krypin samt hjälper andra användare."

Kille 21, använder PRO

”Inte diskussion, men det har hänt någongång på klotterplanket.”

Tjej 17, ej PRO

Vi har sett ett tydligt tecken på att det informationsutbud som finns på LunarStorm håller på att avta för ett mer avancerat tjänsteutbud. Med bevakning menar vi hur och vad det är medlemmarna kan då reda på om andra medlemmar på LunarStorm. Många angav att de bevakar sina sociala relationer och även nya bekantskaper genom att läsa deras presentationer, dagböcker och framförallt via deras gästböcker som var det sätt som var vanligast. En anledning till att man läste andras gästböcker var att få en uppfattning om hur seriös personen i fråga var. De ansåg alla att man i stort sett kunde få reda på det mesta om andra medlemmar, men man kunde dock aldrig vara säker på om denna information var korrekt. Den information som de främst var intresserade av hos andra medlemmar var deras ålder samt vart de var bosatta. Den största skillnaden mellan de som använde PRO och de som valde att inte använda PRO var att PRO-användarna använde diskussionsforumet i mycket större utsträckning. Eftersom vi har fått reda på att de som använder PRO använder LunarStorm oftare och är inloggade en längre tid än de som valt att inte använda PRO, kan det vara så att de som använder PRO är mer aktiva i diskussionsforumet av den anledningen att de tillbringar mer tid på LunarStorm.

8.7 PRO kontra icke PRO, betala eller inte betala.

Vi har försökt att hitta gemensamma nämnare och skillnader mellan dem som betalar och använder LunarStorms betaltjänst PRO och de som väljer att inte betala för denna tilläggstjänst. Vi vill främst ta reda på varför vissa betalar och varför vissa inte gör det. Vi är även intresserade av att ta reda på vad dessa personer tycker om att behöva betala för vissa tjänster som många Internetföretag väljer att erbjuda på sina webbsidor.

8.7.1 *Av vilka anledningar väljer vissa att betala för PRO samt vilka anledningar finns för att andra väljer att inte göra det?*

I detta kapitel kommer vi först att redogöra för vilka anledningar det finns för att vissa medlemmar väljer att betala för PRO och sedan kommer vi att redogöra för de anledningar det finns för att vissa av medlemmarna väljer att inte betala för tilläggstjänsten PRO. Slutligen kommer vi att sammanfatta dessa resultat för att tydligare se skillnaderna mellan de två grupperna av medlemmar.

De som betalade för tilläggstjänsten PRO hade betydligt många fler timmars användning av Internet än de som inte använde sig av denna tilläggstjänst. En kille som var 17 år och hade PRO förklarade att han satt någonstans mellan 80-100 timmar i veckan framför Internet då han utträttade allt på Internet, både i skolan och i hemmet. När han åkte buss mellan hemmet och skolan hade sin bärbara dator med sig så han kunde vara inloggad på LunarStorm under bussfärden. Man kan se tendenser på att killar oftast sitter längre tid på Internet än vad tjejerna gjorde och detta gäller alla grupper i undersökningen. Många av dem som använder sig av PRO är inloggade på LunarStorm dygnet runt. Detta kan förklaras med att dessa personer inte alltid sitter vid datorn när de är inloggade, det menade att vara inloggad på LunarStorm tar ingen tid. Detta resonemang skiljer sig i mycket hög grad för de som inte använder sig av PRO. För de personer som inte har PRO sitter i betydligt mindre utsträckning framför Internet än för de som använder sig av PRO. Detta har vi redogjort för tidigare i den första delen om avkoppling.

LunarStorms betaltjänst PRO har blivit väldigt populär bland deras medlemmar och många väljer att betala för tjänsten för att få tillgång till en mängd olika funktioner. De flesta hade haft PRO i runt ett år. De främsta anledningarna till att de använde PRO och betalade för det varje månad var att de fick tillgång till funktionerna kollage, som är en funktion där man kan lägga in ett nästan obegränsat antal bilder som man även kan placera på sin presentationssida, PROsmink* som används för att göra snyggare presentationssidor även kallade krypin samt att man fick tillgång till besöksloggen som gör att man kan se vilka som varit inne och tittat på ens presentationssida. I den första gruppen PRO användare var man helt klart överens om att det var värt att betala för tjänsten men att de skulle fortsätta använda LunarStorm även om de bestämde sig för att sluta använda PRO. Så här sade en tjej om varför hon använde PRO:

"...kollaget är inte livsviktigt men det är nog det om gör att jag väljer pro."

Tjej 24, använder PRO

En av tjejerna menade på att hon för det mesta fått sitt PRO betalat av vänner och att hon nog inte skulle vara så noga med att använda PRO om hon skulle betala för det själv. Alla i gruppen höll med om att det var fel av LunarStorm att minska filutrymmet för bilder, vilket gjorde att man blev tvungen att betala för PRO för att kunna ha kvar sina bilder som man hade på sin sida. Så här sade en av tjejerna om detta:

"...känner mig blåst, en dag så kunde jag inte ha uppe mina bilder så jag vart tvungen att och skaffa PRO eftersom alla mina bilder var för stora! Vill inte ta bort alla och få folk att tro att dom är nyupplagda! Så fel av dom att minska bildutrymmet."

Tjej, 22 använder PRO

Man kunde tydligt se en skillnad mellan killar och tjejer i vem det är som betalar för deras PRO. Så här sade en kille:

"...det är patetiskt att fråga andra om det. Hatar folk som skriver "betala mitt pro" suck! Så jag betalar själv!!!"

Kille 21, använder PRO

Alla killarna betalade själva, det var inte tal om något annat medan tjejerna betalade själva ibland med för det mesta så fick de PRO av någon annan. Vissa gjorde så att de gav bort PRO till någon annan och denne person i sin tur gav bort det till dem. På så vis blev det lite billigare att använda PRO eftersom det är billigare att ge bort PRO till någon annan än att betala det till sig själv. De flesta av tjejerna hade därför någon gång gett bort PRO till någon annan. Alla de svarande betalade PRO via SMS och hade aldrig använt eller tänkt på att använda något av de andra betalningssätten som LunarStorm erbjuder till dem som använder deras betaltjänster. De använde sig av SMS när de betalade för att de tyckte att det var det enklaste, smidigaste och det säkraste sättet att betala på.

De flesta grupperna var eniga om att de inte skulle fortsätta använda tjänsten PRO om priset per månad skulle bli högre än vad det är nu. Men några av dem var tveksamma och trodde nog att de faktiskt skulle behålla PRO om det inte skulle bli allt för dyrt. En menade att så länge LunarStorm håller sig inom rimliga gränser så är det ok att betala. I två av grupperna diskuterade respondenterna sinsemellan och kom då överens om att de antagligen inte skulle betala om avgiften för PRO skulle bli högre än 25 kronor per månad. Det blev även en diskussion kring huruvida de svarande skulle fortsätta vara medlemmar om LunarStorm upphörde med att vara en gratistjänst. Killarna var tveksamma till detta och skulle inte uppskatta det men de trodde trots allt att de skulle fortsätta vara medlemmar beroende på vad det skulle kosta. Även tjejerna var tveksamma men de var mer negativt

inställda än killarna. En tjej ansåg att LunarStorm är ett roligt ställe att vara medlem på men att det trots det finns andra communities som är gratis.

Det finns ett flertal anledningar till att många av LunarStorms medlemmar väljer att inte betala för de tilläggstjänster som de erbjuder. Vi kan här se skillnader på förändringar av Internetutvecklingen där sidor och tjänster på Internet, exempelvis LunarStorm där det finns information som idag inte är tillgängligt för alla. Man måste betala för att få tillgång till viss typ av information, vi kan konstatera att LunarStorm följer här nättidningarnas trender med betaltjänster. Den största tjänsten de har är PRO, de som betalar för detta får en mängd extrafunktioner som de kan använda sig av. Vi har pratat med några av deras medlemmar som väljer att inte betala för denna tjänst och diskuterat kring varför det är så. De flesta av dem hade någon gång provat att använda sig av PRO då de hade fått pröva på tjänsten gratis. Ingen av dem hade dock valt att behålla tjänsten efter att tiden för PRO gått ut. En utav anledningarna till att många inte vill betala för PRO är att de känner att de inte har någon glädje eller nytta av tjänsten eller känner att det helt enkelt inte är värt att betala för den.

"...fick det av en kompis en gång. Men det är inget jag saknar eller skulle betala för att få tillgång till, så beroende är jag inte av Lunarstorm. Blev heller inte så impad av det så jag brydde mig inte."

Tjej 21, ej PRO

En annan anledning var att de trodde att om man började använda tjänsten skulle man bli beroende av den och inte vilja sluta använda den.

"...man vill ha ett liv utanför Lunarstorm och inte bli besatt av dess betaltjänster."

Kille 22, ej PRO

"...nu när det kostar sitter man antagligen inte så länge framför Lunar när man inte har PRO, så man tvingar sig själv att inte köpa det."

Kille 20, ej PRO

"...det är billigt, men inte värt att ta bort annat roligt i vardagen. Men samtidigt så är det onödigt då det nödvändigaste funktionerna är tillgängliga i gratis läge."

Kille 22, ej PRO

De flesta menade på att det inte berodde på kostnaden eftersom de inte tyckte det var speciellt dyrt. Anledningen till att de valde att inte betala för PRO berodde alltså inte på ekonomin utan att de inte ville spendera så mycket tid på LunarStorm som de trodde att de skulle göra om de började använda PRO. Eftersom de flesta nödvändiga funktioner på LunarStorm fortfarande är gratis så tyckte de att det var fullt tillräckligt att använda dem. Den tjänst som de trots allt saknade som de inte hade

tillgång till utan PRO var besöksloggen. Har man denna funktion kan man se vilka som varit inne på deras presentationssida. Denna funktion var tidigare gratis och kom tillsammans med medlemskapet men för ett tag sedan så blev tjänsten en betaltjänst som man endast får tillgång till om man betalar för PRO. Men dock ansåg de inte att tjänsten var så viktig att de ville betala för PRO för att få tillgång till den.

”Visst hade det t ex varit kul och veta vilka som besöker ens krypin men jag vill inte känna mig så beroende av det.”

Tjej 18, ej PRO

De svarande skulle i hög utsträckning inte kunna tänka sig att fortsätta vara medlemmar på LunarStorm om medlemskapet skulle upphöra att vara en gratistjänst. En tjej var dock något tveksam och sa att det främst berodde på vad det skulle kosta och hur många som förblev medlemmar. Anledningen till att de inte skulle förbli medlemmar var främst, enligt en tjej att det finns andra ställen som är gratis.

De flesta i båda grupperna hade aldrig betalat för någon annan tjänst eller funktion på Internet vilket kan betyda att LunarStorm har kommit väldigt långt inom lanseringen av detta betalsystem. Ingen av de svarande hade betalat för att få tillgång till de betaltjänster som finns på tidningen Aftonbladets webbplats. Vilket kan förklaras med att Aftonbladet och andra nättidningar inte har slagit igenom hos den målgrupp som vi undersökt.

De som valde att betala för PRO tyckte att LunarStorm var en sida på Internet som det var värt att betala pengar för att kunna använda. De funktioner som var mest uppskattade var kollaget, besöksloggen samt tjänsten att kunna göra sin presentationssida snyggare. PRO användarna tillbringade i huvudsak mer tid på LunarStorm än de som valde att inte använda PRO. Man kan därför dra slutsatsen att de som tillbringar mycket tid vid Internet även tillbringar mycket tid inne på LunarStorm och på så sätt kanske känner att de har ett större behov av att kunna utnyttja de betaltjänster som LunarStorm erbjuder sina medlemmar. Anledningen till att vissa valde att inte betala för PRO var alltså inte det faktum att det kostade pengar eller att det var en dyr avgift för det tyckte de inte att det var utan det var främst att de kände att de inte ville tillbringa mer tid på LunarStorm än vad de redan gjorde vilket de trodde att de skulle göra om de började betala för PRO och fick tillgång till fler funktioner. Men de ansåg även att det fanns andra tidsfördriv som var gratis att ägna sig åt istället. Så det faktum att det kostar pengar att få tillgång till PRO har nog ändå en viss betydelse men det kanske inte är den största anledningen till att de inte vill använda sig av den. Vi har skäl att tro att det är på detta viset eftersom deltagarna blev erbjudna kompensation för att de deltog. En av de kompensationer var bland annat att de skulle få PRO i två månader. Vi märkte då att några av de som inte hade PRO innan inte heller ville ha det när de blev erbjudna det gratis.

8.7.2 Är betaltjänster accepterade bland LunarStorms medlemmar?

De som inte hade PRO var mindre positivt inställda till det faktum att LunarStorm väljer att ta betalt för vissa tjänster men de tyckte inte att PRO var för dyrt. Att de inte betalade för att få använda PRO berodde alltså inte på hur mycket de kostade, tvärtom så tyckte de att det var ett rimligt månadspris. Bland dessa respondenter verkade det mer vara en principalsak att inte behöva betala eftersom det fortfarande finns andra communities som fortfarande är gratis så kunde de lika gärna använda sig av dem istället. Men i det stora hela så verkade det som att dessa personer accepterade att Lunarstorm och andra företag tar betalt men att de valde att inte betala för dessa tjänster.

PRO var en väldigt omtyckt tjänst hos dem som valde att betala för PRO. Dessa personer tillbringade mycket tid på LunarStorm eftersom de flitigt använde de olika funktionerna som man får om man betalar för tjänsten PRO. Alla var överens om att det var värt pengarna de betalade varje månad för att behålla och få tillgång till tjänsten. Respondenterna tyckte att det var ok att många Internetföretag väljer att ta betalt för vissa av de tjänster de erbjuder på sina webbplatser av ett flertal olika anledningar. De menade på att det var dyrt att hålla igång LunarStorm och då måste de kunna få in pengar så de har möjlighet att ständigt utveckla och göra sidan bättre. Om en sida är så bra som de tyckte att LunarStorm är så ansåg de att det var värt att betala för den. Det var många personer som var av samma åsikt, så här sa en av dem:

”...just Lunarstorm tycker jag är schysst, för den är värd att betala för. TYCKER jag, andra kanske inte värderar deras tjänster lika mycket...”

Kille, 21 använder PRO

”Det är helt ok. Jag menar det kostar ingenting att vara medlem på Lunarstorm men det kostar massor för dem att hålla igång det...”

Kille 17, använder PRO

I den gruppen som bestod av enbart tjejer var de överens om att LunarStorm och andra företag på Internet måste kunna överleva men det får inte gå till överdrift med hur mycket pengar de tar för sina tjänster. Ingen av våra respondenter använde Aftonbladets betaltjänst vilket vi hade trott att åtminstone några skulle göra men det visade sig att detta var en tjänst som de ansåg var för dyr. En tjej ansåg att det inte var rättvist att bara de som har råd ska kunna använda sig av vissa av de tjänster som finns tillgängliga på Internet.

”Lunar samt alla andra måste ju överleva så klart dom borde ta betalt, många bäckar små, men ändå inte alla som kanske har råd med det, så det är inte rättvist att bara de som har råd ska kunna njuta till fullo av alla tjänster som finns på nätet.”

Tjej 22, använder PRO

Så här sade en annan tjej om hur hon uppfattade det faktum att LunarStorm började ta betalt för några av de tjänster som de erbjuder.

”I början tyckte jag att det var dåligt att de började ta betalt nu tänker jag inte så mycket på det. Finns många tjänster på Lunar som de tar betalt för och om de inte intresserar mig så struntar jag bara i det. Och så måste de väl överleva också=)”

Tjej 23, använder PRO

När LunarStorm började ta betalt för vissa av sina tjänster och utvecklade dessa tjänster som enbart blev betaltjänster var det inte lika accepterat att betala för dem som det är nu. Men man kan se en klar förändring i att många faktiskt har accepterat detta faktum att Internetföretag har hittat ett nytt sätt att tjäna pengar på förutom genom reklam och sponsorer. Men som många av våra respondenter har påpekat – bara det inte går till överdrift.

8.8 Sammanställning av de viktigaste resultaten

Vi kunde tydligt se att de som använde PRO i högre grad integrerade datorn och Internet mer i deras vardag än de som inte använde PRO. Detta är ett tecken på att PRO kan påverka den tid medlemmarna tillbringar på LunarStorm. De flesta av dem som vi intervjuade var medlemmar på LunarStorm för att upprätthålla kontakter med vänner, bekanta och familjemedlemmar. Vi kunde se att det var mycket viktigare att upprätthålla kontakter än vad det var att skapa nya. Alla var väl medvetna om att andra medlemmar kanske inte var helt ärliga mot dem och därför litade de mycket lite på de personer de aldrig träffat i verkligheten. De personer de aldrig hade träffat utanför den virtuella världen var inte så viktiga att hålla kvar kontakten med. En intressant aspekt som vi upptäckte var att många av respondenterna skiljde på det ”verkliga” livet och det ”överkliga” livet. Det liv som de levde på Internet och på LunarStorm var inte lika verkligt som det liv de levde utanför den virtuella världen. Det visade sig att bilder var en mycket viktig del i medlemmarnas presentationer, bland de personer som vi talade med valde de flesta att visa upp en bild på sig själva. När de valde vilken bild de skulle visa upp på sina presentationer valde de oftast en bild som de tyckte beskrev dem själva såsom de ville att andra skulle uppfatta dem. Många var överens om att det var mycket viktigt att andra medlemmar lade upp bilder på sina presentationer som andra kunde se. Men trots att vissa hade bilder på sina presentationer var det ändå svårt att skaffa sig en riktig uppfattning om andra personers identiteter på LunarStorm. Många var överens om att det råder en liten ärlighet på Internet och på LunarStorm. De flesta trodde att många förskönar beskrivningen av sig själva eller låter bli att berätta vissa saker för andra. Här kunde vi tydligt återkoppla till Goffmans främre och bakre region och hävda att det faktiskt är så att många väljer att visa upp en sida av sig själv för andra på LunarStorm samtidigt som många väljer att behålla vissa saker för sig själva. Med bevakning menar vi hur och vad det är medlemmarna kan då reda på om andra medlemmar på LunarStorm. Många angav att de bevakar sina sociala relationer och även nya bekanskap genom

att läsa deras presentationer, dagböcker och framförallt via deras gästböcker som var det sätt som var vanligast. En anledning till att man läste andras gästböcker var att få en uppfattning om hur seriös personen i fråga var. De ansåg alla att man i stort sett kunde få reda på det mesta om andra medlemmar, men man kunde dock aldrig vara säker på om denna information var korrekt. Den information som de främst var intresserade av hos andra medlemmar var deras ålder samt vart de var bosatta. Den största skillnaden mellan de som använde PRO och de som valde att inte använda PRO var att PRO användarna använde diskussionsforumet i mycket större utsträckning. Eftersom vi har fått reda på att de som använder PRO använder LunarStorm oftare och längre stunder än de som valt att inte använda PRO kan det vara så att de som använder PRO är mer aktiva i diskussionsforumet av den anledningen att de tillbringar mer tid på LunarStorm.

De främsta anledningarna till att vissa medlemmar betalar för att få tillgång till tjänsten PRO är följande:

- LunarStorm är en sida som är värd att betala för.
- Kollaget, besöksloggen och PROsmink är funktioner som är högt uppskattade och som gör att vissa medlemmar betalar för PRO.
- Killarna betalar PRO själva i större utsträckning än tjejerna.
- De som använder PRO tycker att priset är rimligt men bör hålla den nivå som det ligger på i dagsläget.
- Pro användarna tillbringar mycket tid på LunarStorm.

De främsta anledningarna till att vissa väljer att inte betala för PRO är följande:

- Dessa medlemmar vill inte bli beroende av LunarStorm.
- De tycker att priset är rimligt, men detta är inte anledningen till att de inte vill betala.
- De vill inte tillbringa mer tid på LunarStorm än vad de redan gör, vilket de tror att de kommer att göra om de väljer att skaffa PRO.
- Det finns andra platser på Internet som fortfarande är gratis.
- De anser inte att tjänsten PRO med dess funktioner är nödvändig att använda.

När LunarStorm började ta betalt för vissa av sina tjänster och utvecklade dessa tjänster som enbart blev betaltjänster var det inte lika accepterat att betala för dem som det är nu. Men man kan se en klar förändring i att många faktiskt har accepterat detta faktum att Internet företag har hittat ett nytt sätt att tjäna pengar på förutom genom reklam och sponsorer. Både den grupp som inte använde sig av PRO samt de som valde att betala för PRO ansåg att det var ett bra sätt för företag att få in pengar, men inte alla valde att utnyttja dessa tjänster. Man kan dra slutsatsen att betaltjänster på Internet är något mer accepterat hos dem som använder PRO än vad det är hos de medlemmar som

valt att inte använda sig av PRO, just av den anledningen att de faktiskt valt att inte betala för de tjänster som LunarStorm erbjuder sina medlemmar.

9. Slutdiskussion

Vi kommer nu att diskutera kring några av de intressanta resultat vi kommit fram till utifrån våra egna tolkningar och reflektioner från vår undersökning. Vi har diskuterat fram ett antal lösningar som vi tror LunarStorm kan ha nytta av i sitt framtida arbete och utveckling av deras tjänster. Vi har även funderat över framtida forskning inom detta ämne som man skulle kunna vidarutveckla. Slutligen har vi även skrivit ner våra tankar och funderingar kring metoden fokusgrupper på Internet eftersom det är en relativt ny metod som inte har använts i så stor utsträckning. Vi tror att det kan vara intressant för andra att läsa vad vi tyckte om metoden och vad den hade för fördelar och nackdelar i vår undersökning.

Ordet tid har för oss individer blivit ett nyckelord i dagens stressade samhällen. Vi kanske inte hinner träffa alla kamrater, vänner, familjemedlemmar och andra personer som bor långt borta från oss eller kanske till och med bor utomlands. Communities som LunarStorm har gjort det möjligt att ha kontakt med dessa personer i mycket större utsträckning än förr. Nackdelen är att det blir ett bättre alternativ och att man kanske inte tar sig tid att träffa dessa personer utan anser att det räcker att ha kontakt via Internet. LunarStorm blir på ett sätt en plats där man enklare kan umgås, men att face-to-face interaktionen till en viss grad kan komma att påverkas av detta. Våra intervjudeltagare ansåg att Internet är ett bra kommunikationsmedel för att upprätthålla kontakter med individer, men det går inte att jämföra kontakter på Internet och de kontakter med individer som man möter face-to-face. På Internet kan man utge sig för att vara en annan individ eller vara den person som man egentligen vill vara. Internet tillåter individen att framträda både i den främre och i den bakre regionen. Genom att kommunicera med andra individer kan man välja att vara anonym eller visa upp en annan identitet än sin egen. I den främre regionen framträder vi på ett sådant sätt som vi vill framstå inför andra och i den bakre regionen utspelar sig det dolda dvs. det som publiken inte kan se och jämföra med i den främre regionen. Detta gör att Internet blir ett unikt medium, vi kan använda Internet i avskildhet samtidigt som vi befinner oss på själva scenen. På LunarStorm visas individers status och varje medlems presentationssida upp och ändå är det här som individen kan koppla av och uppträda hur den vill utan att publiken kan ta del av det.

Vi kan konstatera att relationer på Internet kommer inte att ersätta relationer som sker face-to-face. Internetrelationer är något som idag blir allt vanligare och är ett kompliment till den medierade kommunikationen, men som vi tror inte kommer att överta eller förlora den mänskliga kontakten. Vi har sett tendenser på att det blir allt vanligare att skicka e-mail till varandra istället för traditionella brev. Men utifrån vår undersökning kommer de band som finns mellan människor i den verkliga världen inte att brytas upp eftersom den virtuella världen bygger på andra faktorer än vad de relationerna mellan människor i den verkliga världen bygger på. Den personkemi som oftast finns mellan individer i den verkliga världen är oftast inte lika viktig i den virtuella världen. En annan aspekt som diskuterades var att personer som lider av socialfobi eller på annat sätt har svårt för att träffa folk i verkligheten har väldigt stor nytta av Internet eftersom de flesta ärenden numera kan

utföras just via Internet. Ensamma individer som har svårt att knyta kontakter i verkligheten använder sig kanske av Internet för att skaffa sig vänskap. LunarStorm innebär ett gemensamt samtalsämne och en gemensam erfarenhet som gör det sociala samspelet lättare. Nackdelen med detta är att de som har svårt att möta folk i verkligheten istället väljer det enklare alternativet och sköter sina ärenden via Internet. Detta kan medföra att de i stor utsträckning missar den sociala träning som de behöver för att kunna hantera olika vardagliga situationer. Ytterligare en aspekt som dök upp i en av våra fokusgrupper var att face-to-face interaktionen redan har minskats om man går tillbaka och jämför med hur det var för ett par år sedan. Att uträtta diverse bankärenden på Internet var mycket vanligt bland våra intervjudeltagare. Av det kan vi dra slutsatsen att bankerna i allt större utsträckning vill att man använder deras Internettjänster istället för att gå till kassan på banken vilket gör att face-to-face interaktionen försvinner mellan kassapersonal och enskilda individer. Man kan även se vissa förändringar hos andra företag och organisationer. Många vill att man beställer varor eller blanketter från företagens webbsidor och man kan gå på högskola/universitet genom att läsa vissa kurser på distans via Internet. Vi tror att detta kommer att bli allt vanligare i framtiden för andra företag, myndigheter och organisationer att använda sig av diverse Internettjänster.

Vad LunarStorm kan göra för att de medlemmar som har PRO ska fortsätta använda det samt vad de kan göra för att få dem som inte använder PRO intresserade av tjänsten.

Eftersom alla grupper var överens om att en bra sida är värd att betala för tror vi att ju fler användbara funktioner LunarStorm har att erbjuda sina medlemmar desto bättre känns det för medlemmarna att betala för dessa tjänster. LunarStorm kan kanske då få medlemmar som ännu inte har tilläggstjänsten PRO intresserade av att betala för denna tjänst. Utifrån våra intervjupersoners svar har vi dragit slutsatsen att LunarStorm måste hålla eller eventuellt utveckla den kvalitét de i nuläget har på sina tjänster och funktioner för att medlemmarna ska tycka att det är ok att betala för dessa tjänster. De måste kunna känna att de får valuta för sina pengar. Många av deras medlemmar är studerande på grundskolans högstadium eller gymnasium och har därför inte så mycket pengar att röra sig med per månad. Däremot de som jobbar eller på annat sätt har mer pengar kanske har råd att betala en högre månadskostnad. Därför har vi dragit slutsatsen att LunarStorm bör inte höja priset för PRO eftersom färre personer då inte skulle ha råd att ha kvar denna tjänst. LunarStorm bör heller inte göra tjänster som i nuläget är gratis för att senare bli betaltjänster, eftersom detta kan ses som något mycket negativt. Många av gruppdeltagarna var mycket negativt inställda till att LunarStorm minskade bildutrymmet på medlemmarnas presentationssidorna vilket gjorde att medlemmarnas bilder var för stora eller för många och kunde därför inte längre användas om inte medlemmarna skaffade PRO. Många var även besvikna på att de inte längre kunde se vilka som besökt deras sida vilket var från början en gratistjänst som många uppskattade. Vi blev uppmärksammade på att de grupper vars deltagare använde tjänsten PRO var mycket mer engagerade på LunarStorms diskussionsforum än de som inte använde sig utav PRO, detta var den funktion som de ansåg hade sämst layout och som kunde behöva ändras rent utseendemässigt enligt deltagarna. Vi tror att det kan vara svårt att nå ut till dem som inte använder sig av tilläggstjänsten

PRO. Anledningen till varför det inte har denna tjänst var inte för prisets skull, utan för att de inte ville tillbringa så mycket tid på LunarStorm och bli beroende av det. Detta är givetvis ett problem att tänka över därför att det kan vara svårt att få dessa medlemmar intresserade av LunarStorms tjänster. De skulle kanske börja tänka på att dela upp deras tjänster så varje medlem kunde sätta ihop sin egen betaltjänst och välja de tjänster och funktioner som medlemmarna är intresserade av. Detta kan vara ett tips då alla medlemmar kanske inte är intresserade av att använda sig av samma funktioner. Vi tror t.ex. att många skulle vara intresserade av att kanske enbart använda besöksloggen, där man kan se vilka som har besökt ens egna sida eller kanske enbart kollaget där man kan lägga ut diverse olika bilder, vilket är två av de tjänster som medlemmarna uppskattade mycket.

Framtida forskning inom ämnet

Inom området betaltjänster på Internet skulle man kanske kunna rikta sin undersökning till en äldre och bredare grupp. Vi tror att äldre personer använder sig utav betaltjänster i mindre utsträckning än vad dagens ungdomar gör och det kan då vara intressant att se om det finns några skillnader mellan de olika målgrupperna.

Man skulle även kunna undersöka ämnet utifrån företagets perspektiv och se hur stor andel av deras totala inkomster består av betaltjänster. I nuläget så är det annonsplatser som är viktigast för att företag på Internet ska kunna överleva. Men kanske kan man se en förändring i att det blir vanligare att kunderna betalar för att sidan ska kunna fungera och utvecklas.

Det skulle även vara intressant att forska om mänskliga kontakter. Vi tycker att det är väldigt intressant att se om den mänskliga interaktionen (face-to-face) har eller kommer att minska i samband med den Internetutveckling som hela tiden sker och att datorn har fått en så central plats i hemmet vilket TV:n har haft sedan den kom in i våra vardagsrum.

Fokusgrupper på Internet som metod

Vi tyckte att detta var en bra och väl passande metod att använda i vår undersökning. Vi tyckte det var ett mycket bra sätt att utföra våra intervjuer på eftersom våra respondenter var vana Internetanvändare och alla använde MSN Messenger som var det chatprogram som vi valde att använda oss av. Det var enkelt att boka in tider på kvällarna med deltagarna eftersom det var den tiden de oftast satt vid datorn och var ute på Internet och hade då tid att delta i vår undersökning. Deltagarna kunde även sitta hemma i lugn och ro eftersom alla våra svaranden hade tillgång till Internet i hemmet. Vi tror att detta gjorde att de var säkra i sina svar och inte lika oroliga för vad andra skulle tycka, som de kanske skulle ha varit om de satt i en grupp där de kunde se varandra. Alla som deltog var vana att träffa och prata med människor på Internet som de aldrig träffat i verkliga livet vilket gjorde att vår intervju inte var något nytt för dem. För oss var det en bra metod eftersom vi sparade mycket tid genom att allt redan fanns nedskrivet och det gick lättare och snabbare att

skriva ut och strukturera upp. Vi trodde att vi skulle få ett mycket större bortfall än vad vi fick. Innan vi gjorde intervjuerna läste vi uppsatser som andra gjort där de använt sig av fokusgrupper på Internet som metod där dessa hade fått mycket problem med att folk inte dök upp. Vi visste om detta och därför pratade vi ett par gånger med de personer som vi skulle intervjua och frågade dem flera gånger om de fortfarande ville ställa upp på intervjuerna. Vi tror att genom att skapa en god kontakt med deltagarna en eller två dagar innan intervjuens genomförande kan göra att personerna känner sig mer deltagande och viktiga för undersökningen. Trots detta kan man aldrig helt räkna bort att människor faktiskt kan glömma därför är det viktigt att alltid ha reservpersoner som man kan använda sig av. Man måste även till viss del vara insatt i det speciella språk som finns på Internet, förkortningar av olika saker, slang uttryck och smilisar för att kunna tolka deltagarnas svar helt korrekt och inte missförstå vad de menar. Det absolut viktigaste att ha i åtanke är att personerna man intervjuar kanske inte alltid är den person de utger sig för att vara och även om det är den person de säger att de är betyder inte det att deras svar är ärliga.

10. Sammanfattning

Internet är ett medium som är i ständig utveckling. De betaltjänster som börjat etablerats är ett relativt nytt fenomen. Det finns nästan ingen tidigare forskning kring människors attityder kring just detta, därför är detta ett ämne som vi tycker är viktigt att föra en diskussion kring. Internet har blivit allt viktigare för enskilda individer detta märks genom de communities som växt fram på Internet under senare år. Ett av dessa communities är LunarStorm som är Sveriges största community. Det är en webbplats som väldigt många människor har gemensamt. LunarStorm har som liksom många andra företag på Internet valt att erbjuda sina medlemmar vissa tjänster som man behöver betala för att få tillgång till. Detta gör att viss information och vissa tjänster inte längre är tillgängligt för alla. De teorier vi har utgått ifrån är främst användarmodellen som handlar om hur människor tillfredställer sina behov med hjälp av olika medier. Vi har med hjälp av denna teori ställt upp fyra kategorier av användningsområden, avkoppling, relationer, identitet samt bevakning. Med hjälp av dessa fyra teman kan vi få reda på varför individer använder LunarStorm, vad de använder det till samt vilka behov som LunarStorm tillfredställer hos olika individer. Vi har även använt oss av Goffmans teori om den främre och bakre regionen som vi har hjälp av när vi försöker förstå hur individer framställer sig själva inför andra. Vi har valt att använda oss av ett tvådelat syfte eftersom vi dels vill undersöka ungdomars och unga vuxnas behov och användning av gemenskaper på Internet samt dels varför ungdomar och unga vuxna betalar eller inte betalar för de tjänster och funktioner som communityet LunarStorm erbjuder sina medlemmar. För att besvara våra frågeställningar har vi valt att använda oss av en kvalitativ metod där vi genomfört fokusgruppsintervjuer på Internet, där vi har intervjuat ungdomar och unga vuxna som är medlemmar i communityet LunarStorm. Dessa fokusgrupper har vi valt att intervjuas via MSN Messenger som är ett chatprogram. Åldern på våra respondenter har varit mellan 17 och 25 år. LunarStorm var väldigt viktigt för våra respondenter och hörde till deras vardag. De flesta var medlemmar för att alla deras kamrater var det och att det är ett plats på Internet som väldigt många människor har gemensamt. De tyckte att det var ett bra alternativ för att kunna hålla kontakt med kamrater och andra personer som de kanske inte skulle haft lika bra kontakt med annars. Det visade sig som förväntat att man helst sitter hemma i lugn och ro när man är ute på Internet. Detta beror till stor del på att de flesta har dator med Internetuppkoppling i hemmet, detta gällde även alla våra respondenter. Datorn har fått en mer central plats i hemmet, vilket visade sig speciellt hos dem som använde sig av PRO. LunarStorm hade en större roll för de personer som använde sig av PRO än vad detta community hade hos de personer som inte hade PRO. Alla deltagare var överens om att man inte känner personerna särskilt bra som man enbart har kontakt med via Internet. Dessa relationer var mer ytliga och var inte så viktiga att upprätthålla. Många var överens om att man inte kunde lita speciellt mycket på dessa personer. Även om man är ärlig till viss del ansåg de att man utelämnar vissa saker om sig själv. De trodde att andra personer både utelämnar och förskönar vissa saker om sig själva. Det visade sig att bilder är en viktig del av presentationen. Några av anledningarna till att man gick in på en annan medlems presentationssida var att man var nyfiken, man ville se hur seriös personen var eller att man ville ta reda på saker om sina vänner och bekanta som man kanske inte skulle få reda på annars. Att vissa valde att inte betala för att använda

LunarStorms betaltjänst PRO berodde inte på kostnaden utan mer principen att det kostade pengar. Det var främst beroende på att de inte ville tillbringa så mycket tid på LunarStorm eller bli ”beroende” av att använda PRO som de valde att inte använda sig av PRO. Både de som hade PRO och de som inte valde att använda PRO ansåg att det var ok att företag som LunarStorm väljer att ta betalt för vissa av sina tjänster för att kunna hålla igång sina webbplatser men att det finns gränser. Men som väntat var de som inte hade PRO mer negativt inställda till detta och menade på att det finns andra webbsidor som är gratis, för dem var det mer en principalsak att det skulle vara gratis. Det vi kunde se var att det har blivit mer accepterat nu att företag tar betalt för vissa av sina tjänster än vad det var när det lanserades enligt många av respondenterna. Eftersom företag på Internet i allt större utsträckning söker efter nya alternativ för att få in intäkter kan betaltjänster komma att bli allt vanligare, vilket medför att det kan komma att bli mer accepterat i samhället.

11. Källförteckning

- Angelöw, Bosse, Jonsson, Thom (2000) *Introduktion till socialpsykologi*. Lund: Studentlitteratur
- Bokia (1993) *Engelsk Ordbok Engelsk - Svensk, Svensk - Engelsk*. Stockholm: Prisma
- Borgquist, Marcus, Lindholm, Adrian (2001) *Mikrobetalningar. Dåtida problem - framtida lösningar*. Kandidatarbete i ADB. Institutet för programvaruteknik och datavetenskap. Ronneby: Blekinge tekniska högskola.
- Carlsson Ulla (Red. (1999) *Medierna i samhället. Kontinuitet och förändring*. Göteborg: Nordicom Sverige
- Dahlgren, Peter (2002) *Internet, medier och kommunikation*. Lund: Studentlitteratur
- Dykert, Lars, Ivarsson, Per G, Widman, Erik (2002) *E-business – för tillväxt och lönsambet. Strategi Ekonomi Juridik*. Lund: Studentlitteratur
- Ekström, Mats, Larsson, Larsåke (2000) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.
- Esiasson, Peter, Gilljam, Mikael (2004) *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 2 uppl. Stockholm: Norstedts Juridik AB
- Fiske, John (2001) *Kommunikationsteorier: En introduktion*. Stockholm: Wahlström & Widstrand
- Goffman, Erving (2000) *Jaget och maskerna*. Stockholm: Prisma
- Gripsrud, Jostein (2000) *Mediekultur & mediesamhälle*. Göteborg: Daidalos
- Hadenius, Stig, Weibull, Lennart (1999) *Massmedier: Press, radio & TV i förvandling*. 7:e uppl. Falun: Albert Bonniers Förlag
- Jensen, J.F. (1998) Communication Research after the Mediasaurus? Digital Convergence, Digital Divergence. *Nordicom Nordic Research om Media & Communication Review*. Vol 19 (1), Juni.
- Kvale, Steinar (1997) *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur
- Lundblad, Nicklas (2002) *Det låsta nätet och anonymitetens fiender*. Kristianstad: AB Timbro
- Lundén, Björn (2000) *Internet: Hur du säljer varor via Internet*. 2:a uppl. Näsviken: Björn Lundén information.
- McQuail, Denis (2000) *McQuails Mass Communication Theory*. London: Sage
- Mediebarometern (2001) Nordicom-Sverige
- Pargman, Daniel (2000) *Code begets community: on social and technical aspects of managing a virtual community*. Linköpingsuniversitet

Post- och telestyrelsen (PTS) Rapport om betaltjänster 2003

Smith, A Marc, Kollock, Peter (1999) *Communities in Cyberspace*. London: Routledge

Sturmark, Christer (1997) *IT och renässansmänniskans återkomst*. Stockholm: Norstedt

Svenningsson, Malin (2001) *Creating a sense of community*. Linköpingsuniversitet

Trost, Jan (1997) *Kvalitativa intervjuer*. 2a uppl. Lund: Studentlitteratur

Träff, Gustav (2002) *Betalningar för dagstidningar på Internet*. Examensarbete: KTH

Van Dijk, Jan (1999) *The Network Society*. London: SAGE Publications Ltd

Wibeck, Victoria (2000) *Fokusgrupper: om fokuserade fokusgrupper som undersökningsmetod*. Lund: Studentlitteratur

Österman, Torsten, Timander, Joachim (1997) *Internetanvändningen i Sveriges befolkning: utvecklingen av attityder och användningen beträffande vissa tekniska hjälpmedel (Internet, dator, modem, cd-rom och mobiltelefon)* Stockholm: Teldok rapport 115

Internetkällor

Aftonbladet (2005) Bli medlem i PLUS (senast uppdaterad 2005-01-03). [Elektronisk].
Tillgänglig: <www.aftonbladet.se> (2005-01-03)

Expressen mobila tjänster (senast uppdaterad 2005-01-03). [Elektronisk].
Tillgänglig:
<<http://expressen.se/index.jsp?d=219>> (2005-01-03)

Lunarstorm (2005a) PRO: Varför PRO? (senast uppdaterad 2005-01-03). [Elektronisk].
Tillgänglig: <www.lunarstorm.se> (2005-01-03)

Lunarstorm (2005b) PRO: Ring och köp PRO, Köp PRO med mobiltelefonen, Köp PRO med PayNova plånboken (senast uppdaterad 2005-01-03). [Elektronisk].
Tillgänglig: <www.lunarstorm.se> (2005-01-03)

Lunarstorm (2005c) Lunarworks: Press, om LunarStorm, fakta (senast uppdaterad 2005-01-03). [Elektronisk].
Tillgänglig: <www.lunarstorm.se> (2005-01-03)

Lunarstorm (2005d) Besöksstatistik oktober 2004. Källa Red measure, Oktober 2004, unika webbläsare (senast uppdaterad 2005-01-03). [Elektronisk].
Tillgänglig: <www.lunarstorm.se> (2005-01-03)

Lunarstorm (2005e) Lunarworks: Företaget bakom LunarStorm (senast uppdaterad 2005-01-03). [Elektronisk].

Tillgänglig: <www.lunarstorm.se> (2005-01-03)

MSN Hotmail (senast uppdaterad 2005-01-03). [Elektronisk].

Tillgänglig:

<http://join.msn.com/?page=hotmail/es&pgmarket=sv-se&XAPID=2493&DI=152&HL=HM_PLUS_HP_STAMP_SE> (2005-01-03)

Svenska bankföreningen: säkerhetslösningar för banktjänster på Internet (senast uppdaterad 2005-01-03). [Elektronisk].

Tillgänglig:

<<http://www.bankforeningen.se/Vår%20verksamhet/Nyhetsbrev/Medlemsbrev%20nr%205,%20december%202003/Säkerhetslösningar%20för%20banktjänster%20på%20internet.aspx>> (2005-01-03)

Bilaga 1

Begreppsordlista

Några av de begrepp som vi använt oss av i vår uppsats kräver vidare förklaringar i samband med uppsatsens sammanhang. Vi har därför sammanställt en begreppsordlista på de begrepp som vi använt oss av som kan vara svåra att förstå. Vissa ord är enbart beskrivna såsom de betyder när de används på LunarStorm, vissa av orden kan ha en annorlunda innebörd när de används i ett annat sammanhang.

Användare – Med användare menar vi de personer som använder sig av Internet i relativt stor utsträckning med en viss regelbundenhet. (Se definition på regelbundenhet)

Banners – På svenska banderoller. Används i reklam syfte på webbplatser på Internet.

Betaltjänst – En tjänst där en betalningsförmedlare åtar sig att förmedla betalningen mellan den som betalar och den som mottager betalningen.

Community – Ett community är en plats på Internet, en webbplats där människor kan mötas och integrera med varandra.

Dagbok – En vanlig traditionell dagbok, skillnaden är att man lägger ut den på sin presentationssida LunarStorm och man kan välja att antingen låta enbart sina vänner läsa den eller att låta alla läsa den.

Diskussionsforum – Ett forum på LunarStorm där man kan diskutera allt mellan himmel och jord och även läsa vad andra skrivit.

E-betaltjänst – En elektronisk betaltjänst. Betaltjänster som betalas via en trådlös eller trådbunden förbindelse. Ex via Internet eller via mobiltelefonen.

Face-to-face interaktion – När två personer möts och pratar ansikte mot ansikte i verkligheten.

Fokusgrupp – En forskningsteknik där fakta samlas in genom ett strukturerat gruppsamtal om ett ämne som är på förhand bestämt av forskaren.

Gästbok – Liknande en traditionell gästbok men den är webbaserad. Här kan man skriva ett litet meddelande till personen som de tillhör eller läsa vad andra skrivit till personen.

Internetbanken – En tjänst som bankerna erbjuder där man kan göra sina bankärenden själv via Internet.

Internetsajter – Se definition av webbplats.

Klotterplank – En sida på LunarStorm som ständigt uppdateras. Här kan alla göra sin röst hörd och läsa vad andra medlemmar skrivit.

KrypIn – Ett annat ord på Lunarstorm för presentationssida. På dessa sidor finns även länkar till andra sidor till exempel Prylar, kollage och dagbok.

Lunarmejl – Som ett vanligt e-mail, skillnaden är att man skickar via LunarStorm.

Lunarstorm – Ett community för ungdomar som finns på Internet.

Makrobetalning – Ett betalningssätt på Internet som har större värde än microbetalningar.

Mikrobetalning – Ett betalningssätt på Internet där små eller mindre belopp betalas vanligtvis via mobiltelefoner.

Nättidning – Papperstidningar som väljer att publicera sig på Internet som ett komplement till deras ordinarie tidning. Exempel på detta är Aftonbladet och Expressen.

Payonova – Elektronisk plånbok som används för betalning på Internet, ett alternativ till andra betalningssätt.

Pay-per-view – Man betalar för det man vill se på, exempelvis beställning av film till sin tv.

PRO – En av LunarStorms betaltjänster där de som betalar för denna tjänst får tillgång till en mängd olika extrafunktioner.

PROsmink – En funktion där man kan pynta och göra iordning sitt KrypIn för dem som har PRO.

Premium SMS – Ett vanligt SMS meddelande med förhöjd taxa.

Regelbundenhet – Med regelbundenhet menar vi att personerna använder Internet flera gånger i veckan.

Webbplats – Internetsidor, hemsidor, webbsidor är beteckningar för samma sak. Företag, organisationer, institutioner, myndigheter, privatpersoner m.m. kan ha en webbplats på Internet.

Bilaga 2

Intervjuguide

Hälsa dem välkomna.

Presentation av den som sköter intervjun.

Fråga om de undrar över något angående intervjun.

Be om utförliga svar.

Inledande frågor

Vad använder ni Internet till?

Hur många timmar i veckan använder ni er av Internet?

Vilka olika communities känner ni till?

Är ni medlemmar i några av dem?

- Om ni är medlemmar i flera communities, använder ni er då av samma användarnamn och har en liknande presentation av er själva?

LunarStorm

Varför blev ni medlem på LunarStorm?

Hur länge har ni varit medlem?

Känner ni ett behov av att använda er av LunarStorm varje dag?

- På vilket sätt?

Ungefär hur många gånger är ni inne på communityt LunarStorm vecka/dag?

Loggar ni alltid in på LunarStorm när ni går in på Internet?

Vad gör ni när ni är inloggade på LunarStorm?

När på dygnet brukar ni vara inloggad på LunarStorm?

Avkoppling

Vilket känner er mest avslappnad att sitta i skolan och surfa eller sitta hemma framför Internet?

Om du har dator i hemmet, vart i huset står i datorn?

Prioriterar ni Internet framför andra saker, t ex läxor, träning eller hitta på något med dina kompisar?

Finns det vissa regelbundna sidor som ni går ut på när ni surfar på Internet?

Personliga relationer

Har ni lärt känna personer via LunarStorm som ni inte har träffat i verkligheten?

Hur väl tycker ni att ni känner person/personer som ni inte har träffat i verkligheten?

Tycker ni att LunarStorm är ett bra sätt att knyta kontakt med andra personer som ni inte träffat i verkligheten?

- Varför?

Tycker ni det är viktigt att kunna behålla kontakten med era vänner och de som ni har lärt känna över LunarStorm?

- Varför?

Har ni många kontakter med era vänner som ni känner och har träffat i verkligheten över LunarStorm som ni inte har möjlighet till att träffa varje dag?

Är bekantskaperna på LunarStorm lika viktiga som de bekantskaper som ni har t ex i skolan?

Personlig identitet

Brukar ni titta på andra personers presentationssidor och skaffa er en bild om hur denna person/personer är?

Hur sann tror ni att denna bilden är?

Kan ni ibland jämföra er själva med andra personer över LunarStorm?

Hur ärliga är ni när ni presenterar er själva?

Tror ni att andra personer är ärliga mot er?

Är det bra att kunna välja att vara anonym eller att bara välja att berätta det man vill berätta om sig själv?

Lägger ni ut kort på er själva på era presentationssidor?

Om ja, varför?

Om nej, varför inte?

Hur personliga är ni i era dagböcker?

Låter ni vem som helst läsa det ni skriver eller väljer ni bara att era vänner (de ni har på er vännerlista) ska se det?

Bevakning

Hur kan ni med hjälp av LunarStorm sök information om andra människor?

Vilken typ av information är det ni får reda på?

Tror ni att denna information stämmer överens med användaren?

Läser ni andras gästböcker utan att skriva något tillbaka?

Kan ni med hjälp av LunarStorm hitta information om personer som ni kanske inte skulle få reda på i verkligheten?

Har ni letat upp och har kontakt med t ex gamla klasskompisar, med hjälp av funktionen ”rötter”?

Brukar ni delta i de diskussionsforum som finns tillgängliga på LunarStorm t ex ”klotterplanket” etc?

Läser ni vad andra tycker om aktuella ämnen exempelvis musik, politik etc?

Betalning PRO-användare

Vilka betaltjänster som LunarStorm har ni använt mest?

Varför är det värt att betala för någon tjänst?

Tycker ni att det är ett bra system?

Vilka betlaningssätt använder ni?

Hur mycket pengar lägger ni ner per månad?

Har ni betalt PRO för någon annan?

Betalar ni själva eller betalar någon annan?

- om någon annan betalar vem, och vet de om det?

Frågar ni era föräldrar om det är ok att ni använder PRO (om ni är under 18)?

Hur länge har ni haft PRO och hur länge har ni betalt för det?

Har ni prövat på flera sätt att betala över Internet t ex Aftonbladets tjänster eller beställt ringsignaler till mobiltelefonen, spel, film eller musik?

Blev ni påverkad av någon annan som hade tjänsten?

Betalning icke PRO-användare

Varför betalar ni inte för dessa tjänster som LunarStorm erbjuder?

Betalar ni för några andra betaltjänster?

- Om ja, vilka?

- Om nej, varför inte?

Har ni haft PRO innan?

Vem betalade då för tjänsten, ni eller någon annan?

Varför använder ni er inte längre av denna tjänst?

Skulle ni kunna tänka er att betala för tjänsten?

Tacka för deltagandet!