

Online event

En deltagarstudie om hur online event bör utformas

MIRIAM GAUFFIN
och BEATRICE JOHANSSON



**KTH Datavetenskap
och kommunikation**

Online event

En deltagarstudie om hur online event bör utformas

MIRIAM GAUFFIN
och BEATRICE JOHANSSON

DM229X, Examensarbete i medieteknik om 15 högskolepoäng
vid Programmet för medieteknik 300 högskolepoäng
Kungliga Tekniska Högskolan år 2012
Handledare på CSC var Cecilia Teljas
Examinator var Leif Dahlberg

URL: [www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2012/
gauffin_miriam_OCH_johansson_beatrice_K12088.pdf](http://www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2012/gauffin_miriam_OCH_johansson_beatrice_K12088.pdf)

Kungliga tekniska högskolan
Skolan för datavetenskap och kommunikation

KTH CSC
100 44 Stockholm

URL: www.kth.se/csc

Sammanfattning

I alla tider har människor umgåtts i grupp och det finns ett starkt behov av att få känna gemenskap och samhörighet. Med medieteknikens utveckling har delar av den fysiska gemenskapen kompletterats av en virtuell gemenskap på Internet. Ett relativt nytt fenomen, *online event*, har uppstått i sociala medier. Online event innebär att personer med liknande intressen träffas över Internet och iakttar och/eller umgås kring något som intresserar dem. Uppsatsen syftar till att undersöka hur online event som anordnas på Facebook bör utformas för att deltagarupplevelsen ska bli så bra som möjligt. Uppsatsens problemformulering lyder:

"Hur ska ett online event utformas för att dess deltagare ska uppleva eventet som lyckat och väl genomfört?"

För att besvara uppsatsens problemformulering genomfördes en litteraturstudie, fem observationer av online event samt två fokusgrupper och en enkätundersökning med personer som deltagit i online event. I slutsatsen introduceras en modell för klassificering av online event med rekommendationer för hur modellens olika kategorier av online event bör byggas upp. I modellen presenteras att eventets syfte bör styra dess form och struktur. Studien visar att det generellt för alla typer av event med syfte att skapa delaktighet och social gemenskap är viktigt med aktiva deltagare, att tekniken fungerar, att det finns tillgång till chatt och att en moderator finns på plats.

Abstract

At all times people have socialized in groups and felt the need to be involved in some type of community and togetherness. As media technology has evolved, parts of the physical community has moved to the Internet and have been supplemented by a virtual community. A relatively new phenomenon, online event, has occurred in social media. An online event means that people with similar interests meet over the Internet and watch and/or socialize around something that interests them. This essay aims to examine how an online event organized on Facebook should be designed so that the participants experience will be as good as possible. The essay problem reads:

"How should an online event be designed for its participants to experience the event as successful and well managed?"

In order to answer the essay problem we conducted a literature review, five observations of different online events, two focus groups and a survey with people who had participated in online events. In the conclusion a model for classification of online events with recommendations for how the model's various categories of online events should be constructed is presented. It is suggested that the purpose of the event should control its form and structure as different online events should be structured in different ways. In general, for all types of events aiming to create inclusion and a social community it is important to have active participants, that the technology works, that there is access to instant messaging and that a moderator is in place.

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Bakgrund	1
1.2	Uppsatsens syfte	1
1.3	Problemformulering.....	1
1.4	Avgränsningar	2
1.5	Definition av online event.....	2
2	Metoder	3
2.1	Litteraturstudier.....	3
2.2	Observationer	3
2.3	Fokusgrupper	4
2.4	Enkäter.....	5
3	Teori.....	6
3.1	Web 2.0.....	6
3.1.1	Web 2.0 och sociala medier.....	6
3.1.2	Olika nivåer av web 2.0	6
3.2	Interaktivitet.....	7
3.2.1	Sociala nätverk.....	7
3.3	Virtuella gemenskaper	7
3.3.1	Olika typer av kommunikation	7
3.3.2	Vad är virtuell gemenskap?.....	8
3.3.3	Olika beteenden i virtuella gemenskaper	8
3.3.4	Brister vid datormedierad kommunikation och virtuella gemenskaper	9
3.3.5	Kompensation för brister vid datormedierad kommunikation	9
3.3.6	Datormedierad kommunikation vs fysisk kommunikation	9
3.3.7	Är virtuell gemenskap en "äkte" gemenskap?.....	10
3.3.8	Drivkrafter bakom att umgås i virtuella gemenskaper	11
4	Facebook.....	12
4.1	Event på Facebook.....	12
4.2	Ustream.....	12
5	Resultat	13
5.1	Observationer	13
5.1.1	Observation 1	13
5.1.2	Observation 2	14
5.1.3	Observation 3	15
5.1.4	Observation 4	16
5.1.5	Observation 5	16
5.2	Fokusgrupper	16
5.2.1	Fokusgrupp 1.....	16
5.2.2	Fokusgrupp 2.....	19
5.3	Enkätundersökning	21
6	Diskussion	25
6.1	Kategorisering av online event utifrån interaktionen.....	25

6.1.1	Event med envägskommunikation	25
6.1.2	Event med envägs- och tvåvägskommunikation	25
6.1.3	Event med tvåvägskommunikation	26
6.2	Facebook som plattform för online event	26
6.3	Erbjuder online event virtuell gemenskap?	27
6.4	Jämförelse av resultat från fokusgrupp 1 och 2	28
6.4.1	Olika syften beroende på eventens kommunikationssätt.....	28
6.4.2	Kommunikation och tid	28
6.4.3	Erfarenhet skapar öppenhet.....	29
6.4.4	Framgångsfaktorer	29
6.5	Jämförelse av resultat från fokusgrupperna och enkätundersökningen	30
6.6	Brister och begränsningar med undersökningarna	31
7	Slutsatser	33
7.1	Syftet med eventet bör styra dess form	33
7.2	Facebook är en bra plattform för online event	33
7.3	Låt syfte och form styra tidsaspekten.....	34
7.4	Bra att tänka på	34
7.5	Modell för klassificering av online event	35
7.6	Förslag på fortsatta studier	35
8	Källförteckning.....	36
8.1	Tryckt litteratur	36
8.2	Rapporter	36
8.3	Elektroniskt.....	36
9	Bilagor	38
9.1	Bilaga 1 Frågor fokusgrupper	38
9.2	Bilaga 2 Enkät	39
9.3	Bilaga 3 Diagram från enkätundersökningen.....	41
9.4	Bilaga 4 Fristående svar på enkätformulär	45

1 Inledning

Här presenteras uppsatsens bakgrund, syfte, problemformulering och arbetsfrågor. Avgränsningar presenteras och begreppet online event definieras.

1.1 Bakgrund

Människor har i alla tider kommunicerat med varandra och har ett starkt behov av att tillhöra en grupp. Genom att umgås med andra personer stimuleras människans sociala behov såsom att få känna tillhörighet, samhörighet och gemenskap. Att få tillhöra en grupp är ett av människans mest grundläggande behov. (Nilsson, 2005)

Utvecklingen under mitten av 1900-talet och då framförallt TV:ns inträde i människors hem gjorde människors fritidsliv alltmer individualiserade. Istället för att som tidigare, träffas och umgås tillbringade människor en stor del av sin fritid framför TV:n. (Södergård, 2007, sid 70) Den medietekniska utvecklingen fortsatte och med Internet och så småningom web 2.0 skapades nya sätt att umgås och socialisera. Det medförde att allt fler människor blev medlemmar i olika sociala nätverk. Södergård (2007) talar om att Internet gett oss möjligheter att delta i *virtuella gemenskaper* (Rheingold citerad i Södergård, 2007, sid 64). Åsikterna går isär om virtuella gemenskaper kan tillfredställa samma behov som gemenskaper i traditionell mening, men faktum kvarstår: Internet har krympt världen och skapat nya sätt att umgås och komma i kontakt med personer med liknande intressen (Södergård, 2007). Det relativt nya fenomenet *online event* (se definition sid. 2) har vuxit fram på sociala medieplattformar, framförallt på Facebook. Vid ett online event samlas personer med liknande intressen online för att umgås eller dela en upplevelse. Det här examensarbetet strävar efter att närmare granska online event och utveckla en modell för att klassificera dem samt att undersöka hur de bör utformas för att skapa en så positiv deltagarupplevelse som möjligt.

1.2 Uppsatsens syfte

Uppsatsens övergripande syfte är att undersöka hur online event kan och bör utformas för att dess deltagare ska känna att eventet har varit lyckat och väl utfört. Utifrån deltagarnas upplevelser presenteras riktlinjer för hur online event bör byggas upp. Dessa riktlinjer är intressanta för företag och andra aktörer som vill arrangera online event.

1.3 Problemformulering

Uppsatsens problemformulering är följande:

"Hur ska ett online event utformas för att dess deltagare ska uppleva eventet som lyckat och väl genomfört?"

För att kunna besvara problemformuleringen har ett antal arbetsfrågor tagits fram:

- Hur går online event till?
- Vilka initiativ finns idag?
- Genom vilka kanaler hittar deltagarna till online event?

- *Vad lockar folk att delta i online event?*
- *Vad anser deltagarna är viktiga inslag i online event?*
- *Vad anser deltagarna bör undvikas i online event?*
- *Hur ofta bör online event hållas?*
- *Hur aktiva är deltagarna vid ett online event?*
- *Är Facebook en bra plattform för online event?*

1.4 Avgränsningar

I rapporten undersöks enbart online event som anordnas på Facebook. Uppsatsen berör inte event i virtuella världar eller event där spel förekommer, exempelvis turneringar online. Ekonomiska faktorer såsom hur investerade pengar står i relation till avkastning berörs inte. Online event undersöks enbart ur ett deltagarperspektiv och fokus ligger enbart på online event av initiativtagare baserade i Sverige.

1.5 Definition av online event

I uppsatsen definieras online event som:

"Event som anordnas online via en social mediekanal. Eventet ska ha ett tema och äga rum vid ett visst datum och en viss tid samt pågå i max 10 timmar. Deltagande ska ske via Internet och ha ett minsta antal deltagare på 3 personer utöver arrangören"

2 Metoder

I det här kapitlet beskrivs de metoder som använts i undersökningen. Litteraturstudier har givit en förståelse för de teorier som finns på området samt underlag till val av övriga undersökningsmetoder. För att få information om den interaktion och de beteenden som förekommer under online event utfördes observationer av fem olika online event. För att komplettera observationerna med deltagarnas kvalitativa upplevelser kring online event användes fokusgrupper. Enkätundersökning har använts för att få kvantitativa resultat om deltagarnas uppfattningar kring online event.

2.1 Litteraturstudier

De litteraturstudier som ligger till grund för uppsatsens teoridel syftade dels till att ge en elementär teoretisk inblick i hur Internet-baserad kommunikation och interaktion utvecklats. Studierna syftade även till att visa på teorier om virtuell gemenskap samt möjliga bakomliggande drivkrafter till att människor väljer att mötas och interagera online. Studier genomfördes även kring övriga metoder som använts i rapporten. Eftersom företeelsen online event är ett ännu outforskat område avgränsades litteratursökningen till att fokusera generellt på fenomenet sociala medier och nätverk samt psykologiska aspekter av virtuella gemenskaper. Litteraturen hämtades främst från böcker men också från elektroniska källor.

2.2 Observationer

För att få objektiv information om den interaktion och de beteenden som förekommer under online event utfördes observationer. Gullriksen & Göransson (2010, sid 256) anser att observationer är en av de bästa och mest effektiva metoderna för att få information om hur ett system fungerar i verkligheten och att observationer ger information om användarnas beteende utan att deltagarna påverkas av betraktaren. Vid observationer är det därför viktigt att som betraktare inte manipulera deltagarna så att deras aktivitet påverkas. Något som Gullriksen & Göransson (2010, sid 260) anser är en fördel med observationer är att de sker i en för deltagarna naturlig och genuin miljö. Det är viktigt att på ett ovinklat sätt observera gruppens aktuella struktur och inriktning. Observationerna genomfördes därför helt utan aktivt deltagande med målet att få objektiv information om den interaktion och de beteenden som visas under eventen.

Observationerna genomfördes genom att fem utvalda online event följdes på Facebook. Observationer av ostrukturerad karaktär valdes för att inte filtrera bort eller gå miste om några företeelser. Med andra ord prioriterades inga fördefinierade händelser eller beteenden vid observationen. Istället var observationerna öppna och allt som var av intresse registrerades. Alla event observerades på samma sätt. De online event som observerades har alla förekommit på Facebook eftersom det är den plattform som ligger i fokus för uppsatsen. För att få en bred generell uppfattning om hur online event går till observerades fem event med vitt skilda teman och innehåll. De event som observerades var: *DJ online*, *Spelning online*, *Förfest online*, *Frågestund online* samt *Online stickcafé*.

2.3 Fokusgrupper

För att komplettera de objektiva observationerna med deltagarnas kvalitativa upplevelser kring online event har fokusgrupper använts. Wibeck (2010) anser att fokusgrupper ger en djupare förståelse för hur människor resonerar kring ett visst ämne. Interaktionen i en fokusgrupp gör att tankar och erfarenheter delas och jämförs vilket ger kvalitativ information om hur deltagarna resonerar kring ett visst ämne. Det genereras nya idéer och ett nytt djup i diskussioner mellan deltagarna och svaren blir således mer dynamiska. (Wibeck, 2010, sid 149) Det finns även nackdelar med fokusgrupper. Exempelvis kan det vara svårt för en deltagare att uttrycka åsikter som inte överensstämmer med vad gruppen som helhet tycker. Då finns risken att intressanta erfarenheter eller åsikter missas. En annan nackdel med fokusgrupper är att dominant eller sociala personer kan ta en mer framträdande roll än deltagare som är socialt tillbakadragna. Det kan då bli en obalans i vilka åsikter som framförs. (Wibeck, 2010) För att undvika obalans i fokusgrupperna för denna studie uppmuntrades alla deltagarna att delta aktivt i diskussionerna genom att samtliga deltagare tillfrågades enskilt och därmed aktiverades.

Enligt Wibeck (2010) bidrar gemensamma erfarenheter till en avslappnad atmosfär och till att skapa bättre diskussioner mellan deltagarna. Dock är det bra att ha ett visst mått heterogenitet mellan deltagarna då det *"möjliggör en analys av hur människor sätter sina åsikter i relation till andra perspektiv och hur de på så sätt utvecklar sina egna idéer"* (Wibeck, 2010, sid 64). För att skapa heterogenitet mellan deltagarna valdes personer med olika ålder och sysselsättning ut till de två fokusgrupperna. Wibeck (2010) anser att en fokusgrupp ska bestå av minst fyra och max sex personer. Av den anledningen bestod fokusgrupp 1 av två män och tre kvinnor i åldern 21-57 år och fokusgrupp 2 av fyra kvinnor i åldern 20-53.

För att kunna diskutera hur ett bra event ska vara uppbyggt och vad som upplevs som positivt respektive negativt med online event bjöds enbart personer som deltagit i ett online event in till de två fokusgrupperna. I vardera fokusgrupp hade alla deltagare deltagit i samma online event, men de två grupperna hade deltagit i olika typer av event. Eventen hade hållits på Facebook. Syftet med att hålla två fokusgrupper som deltagit i olika event var att kunna jämföra resultaten från grupperna för att se vilka skillnader och likheter som uppstod.

Fokusgrupperna började med att deltagarna fick genomföra en enskild övning. Deltagarna fick varsitt papper med 15 olika typer av event och blev ombudda att bredvid eventen skriva vilka forum respektive event passar för. Eventen som stod på pappret var exempelvis "teater", "stickkvällar" och de forum som deltagarna skrev var exempelvis "parker" och "kyrkan". Därefter hölls en öppen diskussion där deltagarna fick berätta vilka forum de tyckte de olika eventen passade i. Efter första diskussionen fick deltagarna uppsatsens definition av online event uppläst för sig. Detta för att alla deltagare skulle ha en gemensam syn på vad ett online event är under resterande diskussioner. . Anledningen till att definitionen av online event inte lästes upp innan övningen var för att se om "Internet" skrevs som passande forum. Därefter diskuterade deltagarna vilka typer av event som skulle göra sig bra på Internet som online event. Efter det hölls en diskussion om vilka event som i dag förekommer online samt vilka som skulle kunna förekomma. Detta för att ta reda på om deltagarna känner till några existerande online event samt vilka typer av event de kan tänka

sig som online event. Gruppen diskuterade sedan online event ur ett mer generellt perspektiv och diskuterade särskilt vad som är utmärkande för ett bra online event och vad som utmärker ett dåligt. Fokusgruppen avslutades med att deltagarna fick diskutera fördelar respektive nackdelar med online event. Båda grupperna fick göra samma övning och fick samma diskussionsfrågor. Fokusgrupperna pågick i ungefär en timme, vardera.

De kvalitativa resultaten från fokusgrupperna validerades kvantitativt genom att motsvarande frågor ställdes i enkätundersökningen.

2.4 Enkäter

För att komplettera observationerna och fokusgrupperna med kvantitativ information om hur deltagare upplever online event genomfördes en enkätundersökning. Ejllertsson (2005, sid 11) anser att enkätundersökningar är bra då det är enkelt att nå ut till ett stort omfång människor, över stora geografiska områden, samtidigt som det är kostnadseffektivt. Metoden är tidseffektiv och tidåtgången kan enkelt anpassas beroende på typ av enkätundersökning. Oftast kan mottagaren av enkäten besvara den när det finns tid och även ta sig tid till att begrunda varje fråga och kontrollera eventuella faktauppgifter. Risken för att mottagaren låter sig påverkas av den som skickar ut enkäten är liten. (Ejllertsson, 2005, sid 11) Det finns även nackdelar med enkätundersökningar. Enligt Ejllertsson (2005, sid 12) är en nackdel med enkätundersökningar att resultatet kan variera väldigt beroende på hur väl formuläret är utformat både fråge- och designmässigt samt vilken grupp människor enkäten försöker nå ut till. Det är därför vid framställning av formuläret viktigt att sortera fram de frågor som är mest relevanta för undersökningen. För att få fram de frågor som är mest relevanta genomfördes fokusgrupperna innan frågorna till enkätundersökningen togs fram. Med hjälp av diskussionerna i fokusgrupperna plockades de mest relevanta frågorna ut och användes i enkäten.

Enbart personer som deltagit i minst ett online event bjöds in att svara på enkäten. Detta för att kunna basera undersökningen på deras erfarenheter. Målgruppen för enkäten var personer som deltagit i antingen *Stickcafé online* eller *Spelning online*. Genom att inte sätta några begränsningar gällande ålder, geografisk tillhörighet eller kön utökades målgruppen till sitt maxantal. Enkätformuläret distribuerades ut via Facebook eftersom det var det effektivaste sättet att nå ut till så många deltagare som möjligt. Deltagarna bjöds in via det online event de deltagit i. Detta för att garantera att mottagarna av enkäten någon gång deltagit vid ett online event och för att få en så hög svarsfrekvens som möjligt. Enkätens första utkast prövades på utomstående för att garantera att frågorna var tydligt formulerade samt att de gav svar av betydelse för uppsatsens problemformulering.

3 Teori

Här presenteras de teorier som ligger till grund för uppsatsen. Kapitlet är uppdelat på två delar, en del som berör web 2.0 och en del som berör teorier kring virtuella gemenskaper.

3.1 Web 2.0

Kommunikation kan ske genom flera olika medier beroende på syfte och budskap. Dagligen kommunicerar och socialiserar människor med varandra över Internet. Detta avsnitt ger en bakgrund till begreppet web 2.0 och de principer som ligger till grund för kommunikation online.

3.1.1 Web 2.0 och sociala medier

Lincoln (2009, sid 7), sakkunnig inom sociala medier, anser att en konkret och absolut definition av web 2.0 är en omöjlighet att hitta då begreppets omfattning i princip är gränslöst. Innebörden av web 2.0 kan skifta kraftigt beroende på ur vilken synvinkel begreppet iakttas. Från ett filosofiskt perspektiv skulle web 2.0 kunna ses som en demokratisering av Internet, medan ett teknisk perspektiv skulle se web 2.0 som utvecklingen av mjukvaruplattformar. Begreppet har olika innebörd beroende på om det ses ur ett företagsperspektiv eller en privatpersons perspektiv. Generellt anses utvecklingen av web 2.0 vara startskottet för många-till-många kommunikation samt grunden till att det i dag via Internet går att konsumera, skapa och dela med sig av information med hjälp av sociala medier så som bloggar, sociala nätverk, podcasts etc. (Cook, 2008, sid. 7)

Konceptet web 2.0 introducerades av Tim O'Reilly och syftar på en revolutionerande utveckling efter ".com"-krisen år 2001. I slutet av 90-talet var det i ropet för nya företag att bli så kallade ".com"-företag, att existera och etablera sig online och på så sätt kunna höja sina aktievärden. Vid börsrasen 2000 visade det sig att många företag inte kunde leva upp till de ekonomiska förväntningarna och många stora ".com"-företag kraschade fullständigt. Krisen förväntades slå hårt mot webben, men enligt O'Reilly blev detta ett startskott för den tekniska revolutionen: web 2.0. (Lincoln, 2009, sid 7) O'Reilly (2005) manifesterade hur utvecklingen gått från att enbart innefatta informationssökning till ett aktivt deltagande och interagerande. Genom att visa upp flera exempel på hur statiska hemsidor tappat status och blivit ersatta av nya sidor där användaren uppmanas till att delta och påverka belyste O'Reilly (2005) hur web 2.0 mognat.

3.1.2 Olika nivåer av web 2.0

Web 2.0 består enligt O'Reilly av fyra olika nivåer. Den högsta nivån, nivå 3, representeras av sidor som enbart kan existera på Internet och som drivs framåt av användarna och deras sociala nätverk, exempelvis Skype. Nivå 2 tillämpas av de applikationer som utövas offline men som drar fördelar av att finnas online, exempelvis fotosidan Flickr, utövandet sker offline men publiceras sedan online för att generera en publik. Nästa nivå, nivå 1, innebär att verksamhet online tillför funktioner som inte förekommer då användningen sker offline, till exempel Google docs. Lägsta nivån, nivå 0, är verksamheter som fungerar precis lika väl

offline som online, vilket alltså innebär att existens online inte tillför något som inte redan finns. (O'Reilly, refererad i Cook, 2008, sid. 12)

3.2 Interaktivitet

Interaktion och kommunikation mellan människor kan ske via olika typer av plattformar beroende på syfte och budskap. I detta avsnitt ges en kort genomgång om sociala nätverk.

3.2.1 Sociala nätverk

"in 5-10 years social networking will be 'like air'"
(Li, 2008, refererad i Lincoln, 2009, sid. 133)

Många människor är aktiva i sociala nätverk. Bloggar, podcast och communitys är exempel på plattformar som dykt upp i anknytning till web 2.0. Gemensamt för alla sociala nätverk är att de underlättar interaktion och kommunikation mellan människor. (Cook, 2008, sid. 17) Den som var först med att förutse behovet av sociala nätverk kopplade till datorer var amerikanen J.C.R Licklider som redan 1968 tillsammans med Robert Taylor introducerade en teori som de kallade *"on-line interactive communities"*, en teori om att kommunikation i framtiden kommer att styras av intresse (Cook, 2008, sid. 26). I samband med utvecklingen av web 2.0 började personer med samma intressen och tankar mötas över Internet vilket blev startskottet för framväxten av sociala nätverk (Lincoln, 2009, sid. 8). Ett socialt nätverk består av en person och dess vänner och bekanta. Nätverkande och uppbyggnad av sociala nätverk sker ofta över Internet och väldigt många väljer att kartlägga sina relationer visuellt genom en social plattform, exempelvis via Facebook. (Lincoln, 2009, sid. 134)

Grundprincipen för sociala nätverk är att utöka användarens redan existerande nätverk genom att denne kan komma i kontakt med vänners vänner och i sin tur deras vänner. Gemensamt för alla sociala nätverk är möjligheten att skapa en unik profil. (Lincoln, 2009, sid. 134) Författaren Neill Cook (2008, sid 36) klassificerar sociala nätverk med hjälp *"the 4Cs"*: *Communication, Cooperation, Collaboration* och *Connection*. Det kan översättas till *Kommunikation, Samarbete, Samverkan* och *Anslutning*. Sociala nätverk är till för att människor ska kunna kommunicera med varandra, antingen via text, bild, video, tal eller en kombination av dessa. Användare ska kunna dela med sig av exempelvis dokument, filmer eller bilder, till andra deltagare med hjälp av fungerande verktyg genom vilka användaren själv kan anpassa innehållets struktur. Användare ska uppmuntras till att samverka med varandra för att lösa problem och det skall finnas en möjlighet för människor att binda kontakter med nya personer och utöka sitt sociala nätverk. (Cook, 2008, sid. 13)

3.3 Virtuella gemenskaper

Människor har i alla tider dragits till varandra och har ett starkt behov av att kommunicera, känna gemenskap och vara del av en grupp. Det här avsnittet handlar om vad som händer när gemenskapen förflyttas från det fysiska till det virtuella rummet.

3.3.1 Olika typer av kommunikation

Datormedierad kommunikation delas upp utifrån dess karaktär. En vanlig uppdelning är att skilja på *asynkron* och *synkron* kommunikation. Asynkron kommunikation är inte

tidsberoende och innebär att kommunikatorerna inte behöver vara online och kommunicera samtidigt utan skickar meddelanden som läses och besvaras i efterhand. Synkron kommunikation är tidsberoende och innebär att kommunikationen sker i realtid. Förutom att kommunikationen kan vara asynkron eller synkron skiljs *tvåpartsinteraktion* från *flerpartsinteraktion*. Som namnen antyder innebär det förstnämnda att två parter interagerar och det sistnämnda att flera parter interagerar. (Södergård, 2007, sid 40)

3.3.2 Vad är virtuell gemenskap?

Det svenska uttrycket för engelskans *virtual community* är *virtuell gemenskap*. Den mest citerade definitionen av virtuell gemenskap är:

"virtual communities are social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace"

(Rheingold, citerad i Södergård, 2007, sid 64)

I definitionen betonas att känslor och relationer har en viktig roll i virtuella gemenskaper. De beskrivs som en social struktur som begreppsmässigt ersätter den geografiska, lokala närheten som grund för gemenskap. (Södergård, 2007, sid 64)

Det finns en stark koppling mellan ett forums design och vilken information deltagarna får ut av att delta i forumet. Det är designen på forumet som avgör om deltagarna i den virtuella gemenskapen får information om hur många som deltar och vilken bild de får av de andra deltagarna. Designen kan tillåta att deltagarna kopplas ihop med sin verkliga identitet, eller bara tillkännage *att* någon är där, men utan att ge någon uppfattning av *vem* det är. Designen har stor betydelse för deltagarna och för deltagarnas intryck av varandra. (Donath, refererad i Södergård, 2007, sid 51)

För att delta i en virtuell gemenskap krävs känslan av samhörighet tillsammans med en uppfattning om gemenskapens syfte. Gemenskaper uppstår ur sociala processer som skapande av uttryckssätt, identitetsetablering, relationer och normer. (Baym, 1995, refererad i Södergård, 2007, sid 65) Vid identitetsetablering är det viktigt att deltagarna får känslan av att vara insiders och förstår de kontexter som finns i den virtuella gemenskapen. I virtuella gemenskaper saknas den fysiska platsen som grund för att skapa gemenskapens identitet och den ersätts av den virtuella gemenskapens regler och kontexter. Nya deltagare tränas snabbt in i den virtuella gemenskapens regler för hur det kommuniceras just där. Det är av största vikt att ingen gör överträdelser på gruppens konventioner och att övertramp direkt tillrättavisas. Virtuell gemenskap är mer komplex än fysisk gemenskap och det är därför viktigt att gruppen bevarar sin identitet. (Södergård, 2007)

3.3.3 Olika beteenden i virtuella gemenskaper

I Burnetts (refererad i Södergård, 2007, sid 66) typologi för utforskning av informationsbeteenden i virtuella gemenskaper utgår han från två olika typer av beteenden i virtuella gemenskaper: *Interaktiva beteenden* och *Icke interaktiva beteenden*. Interaktiva beteenden är uppdelat i ytterligare två kategorier: *fientligt- och positivt interaktivt beteende*. Det fientliga interaktiva beteendet präglas av personliga angrepp på andra deltagare, sårande inlägg samt provokationer. Det positiva interaktiva beteendet präglas istället av avslappnat umgänge med kommunikation, skvaller och socialt stöd eller aktivt

informationssökande. Icke interaktiva beteenden, också kallat *lurking*, präglas av att deltagarna, så kallade *smygare*, då smyger omkring utan att tillkännage sig. De deltar inte i gemenskapen på annat sätt än att passivt iaktta vad som sker. (Södergård, 2007, sid 66)

3.3.4 Brister vid datormedierad kommunikation och virtuella gemenskaper

Det finns naturliga begränsningar i datormedierad kommunikation eftersom den saknar icke-verbala signaler, och meddelanden i de flesta fall är textbaserade (Södergård, 2007). Brister i den sociala kommunikationen kan ge negativa effekter på gruppidentiteten och känslan av samhörighet kan bli svagare. Människor har en tendens att ta lättare på saker som ska göras i virtuella gemenskaper än i fysiska vilket kan leda till lättja. Deltagarna är också mer anonyma i virtuella gemenskaper vilket kan leda till att de har lättare att falla in i ett fientligt interaktivt beteende. Det är enklare att vara fientlig när deltagarna kan gömma sig bakom ett anonymiserad alias. (Nilsson, 2005) Datormedierad kommunikation anses med sina brister på sociala signaler som opersonlig och osocial (Södergård, 2007, sid 42).

3.3.5 Kompensation för brister vid datormedierad kommunikation

Det har utvecklats kompensationer för de brister som finns i datormedierad kommunikation. Genom att skicka ljudfiler, bilder och videofilmer på sig själva kan deltagarna ta sig förbi de tekniska begränsningar som gör att de inte kan se eller höra varandra. (Södergård, 2007) Problemet med att det är svårt att uttrycka sociala signaler via datormedierad kommunikation har kringgåts genom att använda emotikoner (symboler som uttrycker känslor), som fått ersätta flera icke-verbala budskap. Exempelvis används smilisar för att förmedla att deltagare ler, skrattar, ogillar något eller blir ledsen. (Nilsson, 2005, sid 142) Ett annat sätt är att använda asterisker för att förmedla sinnestämningar, exempelvis kan deltagarna skriva *nyfiken* för att förmedla att hon/han känner sig nyfiken, eller *ledsen* för att förmedla att hon/han känner sig ledsen. (Södergård, 2007)

3.3.6 Datormedierad kommunikation vs fysisk kommunikation

Daft & Lengal (refererad i Södergård, 2007, sid 42) hävdar att datormedierad kommunikation visserligen fungerar i icke-komplexa sammanhang men att komplicerad kommunikation kräver diskussioner ansikte-mot-ansikte. Dessa åsikter har modifierats i och med att teknikutvecklingen lett till att allt fler personer kommunicerar via Internet.

Datormedierad kommunikation har kritiserats för avsaknaden av icke-verbala signaler, men den kritiken har också vänts till fördelar. Fördomar om kön, ålder eller utseende existerar inte i samma utsträckning online då dessa aspekter inte alltid framgår. Det kan bidra till färre fördomar och diskriminering och att större öppenhet skapas i virtuella gemenskaper. Nära relationer kan uppstå mellan människor som annars inte skulle tagit kontakt med varandra. (Lövheim, 2002, sid 149) Denna teori stöds av Walther (1996, refererad i Södergård, 2007, sid 44) som beskriver att sändaren selektivt framställer sig själv så positivt som möjligt och hur sändare och mottagare på så vis bekräftar varandras positiva självbilder och en positiv relation och gemenskap skapas.

Walther et al. (1994, refererad i Södergård, 2007, sid 43) upptäckte att tidsaspekten var av största betydelse för hur datormedierad kommunikation fungerar. Enligt dem förmedlas inte mindre kommunikation vid datormedierad kommunikation än vid kommunikation som sker ansikte-mot-ansikte. Det tar bara längre tid att förmedla saker vid datormedierad

kommunikation och det behövs således mer tid vid den typen av kommunikation. (Walther et al., 1994, refererad i Södergård, 2007, sid 43)

Det råder skilda meningar om ifall det finns mervärden vid virtuella gemenskaper och ifall virtuella gemenskaper ökar människors sociala umgänge, eller om de istället begränsar det och gör personer mindre sociala. Virtuella gemenskaper underlättar skapandet av nya kontakter och relationer men å andra sidan finns risken att de får agera substitut för fysiska möten och därmed begränsar människors sociala umgänge. Putman (1995, refererad i Södergård, 2007, sid 71) ansåg att ett virtuellt möte aldrig kan ersätta ett fysiskt möte. Trots vissa begränsningar går det inte att förneka att virtuella gemenskaper gör det enklare att få kontakt med andra personer och därför underlättar skapandet av socialt kapital (Kavanaugh, refererad i Södergård, 2007, sid 48).

3.3.7 Är virtuell gemenskap en "äkte" gemenskap?

För att kunna reda ut om virtuell gemenskap kan klassas som "äkte" gemenskap behövs en definition av vad "äkte" gemenskap är:

"en viss uppsättning sociala relationer baserade på något som deltagarna har gemensamt – vanligtvis en delad/gemensam känsla av identitet"

(Marshall 1998, refererad i Lövheim, 2002, sid 151).

Åsikterna går isär om virtuella gemenskaper, utifrån Rheingolds definition (se sid. 8) kan klassas som "äkte" gemenskaper. Kravet på att "tillräckligt många människor" ska ha "tillräckligt långa diskussioner" blir enligt Corell (refererad i Lövheim, 2002, sid 152) begränsat till de deltagare som deltar aktivt eftersom kommunikationen sker skriftligt. Andra problem är att det är stor röljans i medlemsbasen och att risken finns att den virtuella gemenskapen dör ut (Lövheim, 2002). Rheingold (1993, refererad i Lövheim, 2002, sid 150) anser att diskussionen om huruvida virtuella gemenskaper kan ses som "äkte" gemenskaper består av två frågor: dels frågan om ifall det kan skapas "äkte" gemenskap genom datormedierad kommunikation, där gemenskaps betydelse innebär traditionell gemenskap och dels ifall traditionell gemenskap kan fungera som referens vid studier av virtuella gemenskaper.

Robertson & Reese (refererade i Södergård, 2007, sid 51) anser att en grundförutsättning för att kunna utveckla en gemenskap är att kunna identifiera andra och känna till vilka de är. Ett problem med begreppet virtuell gemenskap är att virtuell betyder skenbar, vilket gör att virtuella gemenskaper redan fördefinierats som skenbara och icke verkliga (Södergård, 2007, sid 64).

Poster (1995, refererad i Lövheim, 2002, sid 154) menar att det vitala i en gemenskap inte ligger i om den är fysiskt förankrad:

"Just as virtual communities are understood as having the attributes of 'real' communities, so 'real' communities can be seen to depend on the imaginary: What makes a community vital to its members is their treatment of the communications as meaningful and important"
(Poster, 1995, citerad i Lövheim, 2002, sid 154)

Forskare har försökt komma bort från diskussionen om virtuell gemenskap kan vara äkte eller ej och snarare försökt kvalificera begreppets användning i relation till hur gemenskapen

förhåller sig till den traditionella synen på gemenskap och hur datormedierad kommunikation kan skapa möjligheter för relationer. Det kan således finnas olika typer av gemenskaper. Internet och teknikutvecklingen ger människor möjlighet att ingå i en mängd olika gemenskaper på nätet och i det fysiska livet och villkoren för vilka möjligheter som finns förändras ständigt. (Lövheim, 2002, sid 164)

3.3.8 Drivkrafter bakom att umgås i virtuella gemenskaper

Grefen & Ridings (2006) har undersökt vad som får människor att delta i virtuella gemenskaper och har dragit slutsatsen att det är människans behov av att få tillhöra en grupp som är en av de starkaste drivkrafterna till att delta. Ytterligare drivkrafter är att deltagarna via virtuella gemenskaper får tillgång till olika typer av information och att gruppen ger dem motivation. En social identitet av värderingar och attityder skapas ur den upplevda gemenskapen.

Den främsta anledningen till att personer deltar i virtuella gemenskaper är för att utbyta information. Informationen de är ute efter är användargenererad information, fri från reklam och andra kommersiella intressen. Det som utmärker virtuella gemenskap och ger det en fördel jämfört med fysiska gemenskaper är att den virtuella världen är mycket större och ger människor möjligheter att komma i kontakt med andra som de annars troligen inte skulle fått kontakt med. Människor umgås via virtuella gemenskaper för att få känslomässigt stöd, gemenskap och uppmuntran. Anledningen till att umgås via virtuella gemenskap är olika på olika typer av hemsidor eller forum. Det finns också personer som är där för att hitta vänner med liknande intressen. (Grefen & Ridings, 2006)

4 Facebook

Facebook grundades 2004 och är störst i världen när det kommer till sociala nätverk (Facebookskolan, 2012). I detta kapitel förklaras begrepp inom Facebook och en kort beskrivning ges av hur skapandet av ett online event kan gå till. Här ges också en kort beskrivning av Ustream.

Facebook finns tillgängligt för alla som har en giltig e-post adress. Idag har Facebook 845 miljoner användare, vilket är 12% av jordens befolkning. I Sverige finns 51% av befolkningen på Facebook, vilket motsvarar 4 657 080 medlemmar. (Socialbakers, 2012) Kommunikation på Facebook sker främst genom inlägg och statusuppdateringar. Andra medlemmar kan i sin tur kommentera på inlägg och uppdateringar. Om ett inlägg uppskattas finns ett snabbkommando, en "Gilla"-knapp som stämplar inlägget med ett "Gilla". Även kommentarer på inlägg kan stämplas med "Gilla". (Facebook, 2012) Antalet kommentarer och "Gillanden" ligger bland annat till grund för vad som visas i respektive medlems nyhetsflöde med hjälp av algoritmen Edgerank. Edgerank är ett system vars uppgift är att anpassa varje medlems flöde med hjälp av information som samlas in från kontakter, uppdateringar, kommentarer etc. När en användare väljer att publicera något via sitt Facebookkonto så kommer innehållet att synas hos alla användare som tillhör det kontaktnät som kontot är kopplat till. Det kan vara allt från bilder, text, video, länkar och delningar. En delning innebär att en användare vidarebefordrar något hon/han sett på Facebook, exempelvis ett event eller en artikel. (Facebookskolan, 2012)

4.1 Event på Facebook

För att skapa ett event på Facebook krävs ett konto som är kopplat till rörelsen eller personen som ska anordna eventet. Varje Facebookkonto kan under kategorin *event* få en överblick över aktuella event samt skapa egna event. Arrangören anger var eventet ska anordnas och under vilket tidsintervall eventet ska pågå. Deltagare bjuds in genom att markera kontakter i det sociala nätverk som Facebookkontot är kopplat till. Eventet kan vara öppet eller stängt. Är det ett öppet event behöver ingen sekretess anges vilket ger möjlighet för de inbjudna att i sin tur bjuda in andra deltagare från respektive nätverk. Vid ett stängt event kan de inbjudna inte bjuda in nya deltagare. Många event som skapas på Facebook har en fysisk plats där eventet kommer att hållas, men det finns också möjlighet att hålla online event utan fysisk plats. För att påvisa att det är ett online event anges platsen för eventet till Facebook. Online event kan innehålla enbart textbaserad kommunikation deltagarna emellan eller bestå av livestreaming beroende på vilken typ av event som skapats. Vid livestreaming används ofta en applikation från Ustream. (Facebook, 2012)

4.2 Ustream

Ustream är den videoapplikation som används mest för livestreaming på Facebook. Applikationen har funnits sedan 2007 och konceptet är att erbjuda en tjänst som gör att vem som helst kan sända video live, så länge sändaren har tillgång till kamera och Internetuppkoppling. Ustream är kopplat till både Facebook och Twitter. (Ustream, 2012)

5 Resultat

I det här avsnittet sammanställs resultatet från observationerna, fokusgrupperna och enkätundersökningen. Resultaten är uppdelade under vardera metod och undersökning. Resultaten analyseras i nästa kapitel, Diskussion.

5.1 Observationer

De online event som observerats är *Dj online*, *Spelning online*, *Stickcafé online*, *Frågestund online* och *Förfest online*. I tabell 1 presenteras resultatet av de fem observationerna.

Tabell 1. Sammanställning av resultat från observationerna

Event	Dj online	Spelning online	Stickcafé online	Frågestund online	Förfest online
Arrangör	Privat initiativ av tre Dj:s	Gruppen OhMyGod	Facebookgruppen Online stickcafé	Privat bloggerska	Privat initiativ inför en stor fest på en klubb
Datum, tid	11/3 2012 kl. 18-24	12/3 2012 kl. 20-22	29/3 2012 kl. 15-23	2/4 2012 kl. 21-22	7/4 2012 kl. 21-23
Fysisk lokal	Källare i Gamla Stan, Stockholm	Engelen i Gamla Stan, Stockholm	Ingen	Hemma hos arrangören	Hemma hos arrangören
Antal deltagare	351	78	494	66	56
Antal inlägg	-	52	275	75	61
Antal kommentarer på inlägg	-	11	500	32	43

5.1.1 Observation 1

Event: DJ online

Datum: 11/3 2012 kl 18-24

Antal deltagare: 351 personer

Fysisk lokal: Källare i Gamla Stan i Stockholm

Antal inlägg: -- (Det var inte möjligt att skriva inlägg)

DJ Online var ett privat initiativ av en grupp män i 25-års åldern som via Ustreams Facebookapplikation livestreamade medan de DJ:ade i 6 timmar. Eventet var låst för kommentarer så inga deltagare kunde kommentera. Deltagare till eventet bjöds inte in i förväg utan under tiden spelningen pågick. Eventet cirkulerade på deltagarnas Facebooksidor och delades flertalet gånger på deltagarnas Facebooksidor.

5.1.2 Observation 2

Event: Spelning online

Datum: 12/3 2012 kl 20.00-22

Antal deltagare: 78 personer

Fysisk lokal: Klubb Engelen i Gamla Stan i Stockholm

Antal inlägg: 52 inlägg

Spelning online var ett privat initiativ av gruppen OhMyGod och författarna till uppsatsen. Deltagare till eventet bjöds in via OhMyGods Facebooksida, där fans kan hålla sig uppdaterade om bandet. Det var 42 personer som tackade ja till eventet och 11 som svarade att de kanske skulle gå. Medan eventet pågick delades det flera gånger på Facebook och deltagarantalet uppgick till 78 personer. Flera inlägg skrevs om hur bra det var att deltagarna kunde titta på spelningen trots att de bodde långt från Stockholm. Tio personer skrev mer än ett inlägg. Efter spelningen chattade OhMyGod med deltagarna via eventets chatt och fick då mer positiv feedback. Sammanlagt skrevs det 52 inlägg. Fem deltagare kommenterade på andra deltagares kommentarer, sammanlagt 11 gånger. Bild 1 visar hur eventet såg ut.

Bild 1. Nedan visas en bild från Spelning online. Antalet nuvarande deltagare samt det totala antalet deltagare syns precis under skärmen.



5.1.3 Observation 3

Event: Stickcafé Online - Maskeradcafé

Datum: 29/3 2012 kl. 15.00 - 23.00

Antal deltagare: 485 personer

Fysisk lokal: Ingen

Antal inlägg: 275 inlägg

Facebookgruppen Online Stickcafé arrangerar online event två gånger i veckan, varje tisdag och torsdag. Till varje event finns ett specifikt tema som är till för att ge inspiration till deltagarna, men det finns inget krav på att deltagarna måste följa temat. Alla som är medlemmar på Facebooksidan Online Stickcafé får en inbjudan från sidans initiativtagare. Vid maskeradcaféet hade 485 personer tackat ja till eventet och 70 personer hade angivit att de kanske skulle delta. Under eventets gång dök deltagarna upp när det passade dem. Många skrev inlägg där de berättade ungefär vilken tid de planerade att dyka upp. Flera deltagare valde att ladda upp både bilder på och text om de stickprojekt de arbetade på. En del deltagare bad om råd och tips medan andra deltog för att få inspiration till kommande projekt. Vanligt förekommande var att deltagarna hade varit på ett fysiskt stickcafé och sedan valt att fortsätta med Stickcafé Online när det fysiska eventet avslutats. Under eventets gång skrevs 275 inlägg, vilka kommenterades 500 gånger. Som mest fick ett inlägg 15 kommentarer från andra deltagare. Bild 2 visar exempel på ett inlägg med kommentarer från *Stickcafé online*.

Bild 2. Bild på inlägg med kommentarer från Stickcafé online



5.1.4 Observation 4

Event: Frågestund online

Datum: 2/4 2012 kl. 21-22

Antal deltagare: 66 personer

Fysisk lokal: Hemma hos bloggerskan

Antal inlägg: 75 inlägg

En bloggerska med många läsare anordnade en frågestund för sina läsare där de hade möjlighet att ställa frågor till bloggerskan. Eventet annonserades ut samma dag och bloggerskan uppgav efteråt att hon tror att det hade deltagit många fler om hon bjudit in till eventet med större framförhållning. Flera deltagare ställde frågor till bloggerskan och bad om tips på hur de skulle hantera olika händelser i livet. Diskussionen i chatten var livlig och många deltagare kommenterade på varandras frågor och inlägg. Totalt gjordes 32 kommentarer på andra deltagares frågor och inlägg. Det var 20 deltagare som deltog i chatten och alla skrev mer än ett inlägg.

5.1.5 Observation 5

Event: Förfest online

Datum: 7/4 2012 kl. 21-23

Antal deltagare: 56 personer

Fysisk lokal: Hemma hos initiativtagaren

Antal inlägg: 61 inlägg

Inför en stor fest arrangerad av QX anordnade en privatperson förfest online och bjöd in personer som skulle på klubben. Även personer som inte hade möjlighet att delta eftersom de bor för långt ifrån Stockholm blev inbjudna. Förfest online började klockan 21 och var anslutet till video- och ljudanläggning. Hemma hos initiativtagaren befann sig 20 personer och via datorn deltog ytterligare 56 personer. personerna hemma hos initiativtagaren kommunicerade med deltagarna genom att prata över livestreamad video och de deltagarna skrev kommentarer på chatten. Många som deltog via datorn bestod av samlade sällskap, så 56 deltagare online innebar snarare 56 deltagargrupper online. Det pågick konversation mellan deltagarna och många kommenterade på varandras inlägg, sammanlagt 43 gånger.

5.2 Fokusgrupper

Här presenteras resultaten av de båda fokusgrupperna. Deltagarna i fokusgrupp 1 hade deltagit i en online spelning och deltagarna i fokusgrupp 2 i ett online Stickcafé. Resultaten från grupperna redovisas separat för att sedan jämföras och diskuteras i kapitel 6, Diskussion.

5.2.1 Fokusgrupp 1

Fokusgrupp 1 bestod av fem deltagare, två män och tre kvinnor. Åldern på deltagarna varierade mellan 21 och 56 år. Fokusgruppen inleddes med en övning där deltagarna tilldelades ett papper med 15 olika typer av event beskrivna på papper och ombads att under tystnad fylla i vilka forum de olika eventen passar i. Därefter läste deltagarna upp vilka forum de skrivit. En person hade skrivit att två av eventen, filmvisning och sport passade som online event. Många hade skrivit samma forum och gruppen var enig om att de förslag

som presenterades var passande forum för respektive event. Efter övningen lästes uppsatsens definition av online event upp och diskussion hölls om ifall de nedskrivna evenen, utifrån definitionen, passade som online event. *"Konferens och föreläsning är ju drömxemplar på online event"* och *"Överhuvudtaget saker man gör tillsammans kan man ju göra via Internet"* är exempel på kommentarer som uppkom i diskussionen. Resultatet från övningen och diskussionen visas i tabell 2.

Tabell 2. Sammanställning av övning, fokusgrupp 1. (--- = diskuterades ej)

Typ av event	Forum deltagarna fyllt i	Passar som online event
Musikspelning	Online, Radio, Tv, Arenor, Klubbar, Källare, Park, Överallt (MP3), Konsertlokal, Festival	Ja
Teater	Radio, Teatrar, Parker, Småscener, Ute i samhället (dold teater), Kyrka, Båt	Nej
Filmvisning	Hemma, Park, Bio, Folkets hus, Överallt (bärbar DVD-spelare), Skola, Streama online	Ja
Sykvällar/Stickkvällar	Hemma, Samlingslokal, Skola, Kyrka, Föreningslokal	Ja
Vinprovning	Hemma, Hos kompis, Vinbar, Bar, Slott, Källare, Fina salonger, Delikatessbutik, Vingård	Ja/Nej
Matlagning	Hemma, Hos kompis, Matlagningskurs, Ställe med många kök, Över öppen eld, Skolmatsal, Tv	Ja
Ostprovning	Hemma, Hos kompis, Restaurang, Källare	---
Middag	Hemma, Hos kompis, Restaurang, Park, Pub, Kryssning	Ja
Föreläsning	Skola, Samlingslokal, Hemma, Radio, Tv, Sal med ljudanläggning, Kyrka, Förening	Ja
Sport	Radio, Tv, Arenor, Streama online, Gymmet, Allmänna grönområden, Sporthall	Ja
Konferens	Samlingslokal, Konferenslokaler, Videokonferens, Stimulerande miljöer, Skolor, Arbetsplats	Ja
Spela musik tillsammans	Replokal, Musikcafé, Hemma, Gångtunnel, Studio, Via skype, Stranden	Ja
Spela spel	Hemma, Bar, Klubb, Hos kompis, Online, Köksbord, Rollspelsförening, Konsolspel, Dator	Ja
Dating	Hemma, Bio, Restaurang, Klubb, Bar, Café, Datingsajter	Ja
Vernissage	Museum, Hyreslokal, Konsthall, Överallt, Hotell, Kontor	Ja

Vid det online event fokusgruppens deltagare medverkat i hade tre av dem använt chatten och de två som inte chattat angav att de skulle ha gjort det om de varit mer intresserade av bandet som spelade. Deltagarna tyckte att chatten utgjorde en viktig funktion. Chatten var viktig av flera anledningar: den möjliggjorde för eventets deltagare att ställa frågor till varandra och bidrog till att skapa en gemenskap mellan deltagarna.

Deltagarna fick frågan om de deltagit i eller kände till andra typer av online event. Två hade deltagit i andra online event och ytterligare en kände till andra. Eventen var opera, dataspel och gymnastiktävlingar som streamats samt grupper som spelar brädspel tillsammans.

Fördelar och nackdelar med online event

Diskussionen övergick till att handla om fördelar med online event. *"Om jag bor i Stockholm och har en kompis uppe i Norrland som sticker så kan jag faktiskt få tag på personen och diskutera lite bättre än på sms eller bara telefon"* och *"Ja, för platsen spelar ingen roll då..."* är exempel på vad deltagarna sa. En stor fördel ansågs vara att det geografiska avståndet inte begränsar deltagandet i online event och att deltagarna sparar både pengar och energi eftersom de inte behöver förflytta sig. *"Man kan följa så mycket, mycket mer (...) man kan åka på en spelning på riktigt, men sedan kan man följa 100 stycken om man kan göra det över Internet."* (fokusgruppdeltagare)

Trots fördelarna var deltagarna överens om att de hellre skulle gå på ett fysiskt event än på ett online event: *"Man går helst på ett 'verkligt' event, hela tanken är ju att det ska vara verkligt (...) det är ju en annan sak att vara där."* Det fanns flera anledningar till att de hellre skulle delta i ett fysiskt event, bland annat att det skulle ge en annan känsla än online event och att flera dimensioner skulle försvinna om de följde eventet via Internet. Deltagarna var överens om att det var mindre socialt att delta i ett online event. En deltagare påpekade att ett online event inte kan ge samma mänskliga kontakt, och en annan deltagare tog upp faran med att bara gå på online event och att det finns en risk för att en del personer kan bli osociala och välja att isolera sig i hemmet. Vid streamingevenet ansåg alla deltagarna att det är troligt att de missar delar av upplevelsen eftersom kvalitén på bild och ljud är sämre via datorn än om de hade varit på plats. En deltagare påtalade att risken för misstolkningar är större vid online event eftersom kommunikationen sker via chatten och det där är lätt att missa nyansskillnader. Flera ur gruppen ansåg att den största nackdelen med online event är att det är väldigt beroende av att tekniken fungerar.

Viktigt vid online event

Hela gruppen var överens om att det vid streamingevenet är viktigt att bild och ljud håller hög kvalitet. En deltagare tyckte att det är viktigt att den som filmar känner till vad hon/han filmar så att hon/han inte missar något. Deltagaren hade vid ett tidigare event upplevt att den som filmade inte känt till sporten som streamades; *"Då blir man ju bara irriterad och vill kasta datorn."*

Alla i gruppen tyckte att de andra deltagarna vid online eventet påverkade deras upplevelse av eventet. De tyckte att det är roligare om andra deltagare är engagerade och använder chatten. Antalet deltagare spelade stor roll för upplevelsen: *"Det blir ju roligare om man ser att fler tittar och fler skriver, annars känns det ju som att det bara är jag som sitter och tittar..."* (fokusgruppdeltagare)

Vid event utan streaming ansåg hela gruppen att det absolut viktigaste var att de andra deltagarna är engagerade. Annat som lyftes fram som viktigt var att deltagarna vid ett online event bör hålla ungefär samma kunskapsnivå och seriositet så att nivåerna på diskussionerna blir jämna. Alla deltagare var överens om att chattfunktionen är viktig. En textbaserad chatt är att föredra jämfört med en muntlig konversation eftersom det riskerar att bli för pratigt. Chattfunktionen är bra eftersom deltagarna på ett enkelt sätt kan kommunicera

med varandra. En annan fördel med chattfunktionen är att deltagarna kan gå tillbaka och följa konversationen bakåt i tiden.

En deltagare påpekade vikten av att eventet är uppstyrt: *"Det är viktigt att det är uppstyrt, att det finns någon form av struktur kring det (...) så man inte tappar sitt engagemang."*

En annan deltagare föreslog att det kan vara bra med en moderator som håller i eventet. Ytterligare deltagare höll med om att det kan vara en fördel att ha någon att ställa frågor till. Det ansågs viktigt att ett event inte blir ostrukturerat och upplevs som kaosartat.

Deltagarna ansåg att det vid ett online event är viktigt att alla deltagare är trevliga eftersom otrevliga kommentarer förstör stämningen: *"Det är viktigt att människor är trevliga när de skriver, att de inte skriver otrevliga saker (...) att man tänker på vilket språk man använder."*, *"Ja, det finns alltid idioter ute på Internet (...) det är bra som de gör på bloggar att man måste skriva med sitt Facebookkonto, för då vågar inte folk skriva vad som helst."* Alla ansåg att Facebook är ett bra forum då deltagarna är inloggade som sig själva vilket minimerar risken för att någon ska bete sig illa. De ansåg att MySpace, YouTube och Skype var andra plattformar som online event kan hållas på.

Alla deltagarna ansåg att online event gärna får hållas så ofta som möjligt, var det något som intresserade dem kunde de tänka sig att delta varje kväll.

5.2.2 Fokusgrupp 2

Fokusgrupp 2 bestod av fyra kvinnor i åldern 20-51 år. Deltagarna gick igenom samma process som fokusgrupp 1 med övning, de fick definitionen av online event uppläst och höll diskussion kring eventen som online event. Två personer hade under övningen skrivit *livestreaming* och *online* som passande forum för ett par av eventen. Deltagarna var överens om att de flesta event skulle passa som online event, med undantag för *vinprovning* och *att spela musik tillsammans*. Enligt deltagarna är de eventen allt för beroende av det sociala i att fysiskt träffa varandra. Deltagarna var oense om *vernissage*, en deltagare ansåg att *vernissage* skulle fungera bra som online event eftersom det ger möjlighet att få se mer konst och att det skulle gå att få en värdig upplevelse i kombinationen passande ljud och högupplöst bild. Flera andra deltagare ansåg att *vernissage* är ett event som är allt för beroende av sin fysiska miljö: *"För att få ut någonting skulle jag behöva vara där och se"* och *"...miljön gör ju halva upplevelsen"* är exempel på kommentarer. Positivt inställda var deltagarna till event som *matlagning*, *konferens*, *föreläsning* och *musikspelning*. Resultatet från övningen och diskussionen visas i tabell 3.

Tabell 3. Sammanställning av övning, fokusgrupp 2. (--- = diskuterades ej)

Typ av event	Forum deltagarna fyllt i	Passar som online event
Musikspelning	Arena, Bar, Klubb, Livestreaming, Fest, Konsert, Pub, Mindre lokal	Ja
Teater	Teaterscen, TV	---
Filmvisning	Biograf, Utomhus (park, parkering, terrass etc.), Hemmakväll, Livestreaming, TV	Ja

Sykvällar/Stickkvällar	Hemma, Café, Ateljé, Syjunta, Kurs	Ja
Vinprovning	Bar, Restaurang, Hotell, Hemma, Kurs, Vinkällare	Nej
Matlagning	Hemma, Restaurang, Företagsevent	Ja
Ostprovning	Hemma, Restaurang, Kurs, Vinkällare	Nej
Middag	Hemma, Restaurang	Ja
Föreläsning	Skola, Biograf, Livestreaming, Utbildningsdagar, Aula	Ja
Sport	Arenor, Sportplats, Livestreaming, TV	Ja
Konferens	Kursgård, Konferenscenter, Hotell, Telefonkonferens, Online	Ja
Spela musik tillsammans	Hemma, Replokal, Klassrum, Kurs	Nej
Spela spel	Hemma, Café, Online	Ja
Dating	Café, Bar, Restaurang, Promenad, Fest	Ja/Nej
Vernissage	Galleri, Utställning, Online	Ja/Nej

Två av fyra i fokusgruppen hade skrivit inlägg under eventet och båda hade fått mycket respons på sina inlägg.

Ingen av deltagarna hade deltagit vid andra online event, däremot ansåg de att det skulle kunna finnas många typer av online event: *"Alla smala intressen, vad det än är, skulle säkert fungera som ett online event"*.

Fördelar och nackdelar med online event

Hela gruppen tyckte att en fördel med online event är att det går att delta oberoende av var de befinner sig geografiskt. En deltagare påtalade en fördel i att det sällan förekommer grupperingar online: *"På Facebook är alla där själva, alla är där under samma förutsättningar (...) och så får du svar från massa människor du aldrig skulle komma i kontakt med annars"*. Samma deltagare betonade också att ett online event aldrig kan bli fullt, vilket gör att alla är välkomna att delta. De andra deltagarna höll med om fördelarna. En deltagare sa att hon kan tänka sig att betala för att delta vid en konsert online om det är en artist hon vill se, men inte har möjlighet att gå på den fysiska konserten.

En nackdel med online event ansågs vara att det finns personer som uppför sig illa på Internet och att det finns risk att personer ska skriva elaka saker i chatten. En annan nackdel är att online event är teknikberoende. Gruppen ombads diskutera om det finns någon ytterligare dimension som online event bidrar med. Till en början enades gruppen kring att online event inte kan erbjuda något utöver ett fysiskt möte. Längre in i diskussionen nämnde en deltagare att blyga personer vid online event ges möjlighet att ta ett första steg in i en gemenskap utan att behöva möta de andra deltagarna fysiskt. De andra deltagarna höll med.

Viktigt vid online event

Gruppen var överens om vilka faktorer som är viktiga vid online event: engagemang från de andra deltagarna, att eventet är inspirerande: "...*jag vill gå därifrån berikad*", att det finns övergripande regler och riktlinjer: "*oavsett event så måste man ha lite regler*" och att chattfunktionen fungerar och används. Chattfunktionen ansågs fungera bäst med skriftliga kommentarer eftersom de finns kvar så att andra deltagare kan kommentera i efterhand. Ingen i gruppen tyckte att röstbaserade kommentarer skulle vara bra då chatten lätt skulle bli för pratig.

Gruppen tyckte olika angående vikten av att deltagarna har samma kunskapsnivå. En deltagare ansåg att det skulle vara skönt att gå på ett online event som höll en högre kunskapsnivå än hon själv eftersom hon då inte skulle behöva vara rädd att göra bort sig offentligt. Vid datorn kan hon "googla" enkla frågor samtidigt som eventet pågår. Hon såg en fördel i att nybörjare får möjligheten att bli inspirerade till att lära sig mer, även om nivån är hög. En annan deltagare ansåg att en för låg/hög nivå kan avskräcka folk från att delta i eventet igen.

Alla tyckte att Facebook är den bästa plattformen att anordna online event på, eftersom många i dag har ett Facebookkonto med en färdig identitet och ett kontaktnät. Även YouTube och MySpace ansågs vara bra alternativ.

Gruppen ansåg att det är bra om event hålls så ofta som möjligt. De ansåg också att om ett event vänder sig till en smal grupp personer med djupt nischade intressen är det inte lika viktigt att eventen hålls ofta.

5.3 Enkätundersökning

Här redovisas resultatet från enkätundersökningen.

Enkäten skickades ut till 499 personer som deltagit i minst ett online event via Facebook. Av dessa svarade 347 personer på enkäten, vilket motsvarar en svarsfrekvens på 69%. Av de 499 personer som mottagit enkäten var 485 deltagare i *Stickcafé online* och 14 personer deltagare i *Spelning online*. Könsfördelningen var ojämn för de erhållna svaren då 98% som svarade var kvinnor. En förklaring till det höga antalet kvinnliga medverkande är att deltagarna till eventen mestadels var kvinnor. 61% av de som besvarade enkäten var i åldern 41-60 år, för resterande var ålderfördelningen följande: 1% var under 20 år, 11% i åldern 21-30, 17% i åldern 31-40 och 10% i ålder 61+.

99% av de svarande hade deltagit i ett online event det senaste halvåret. 95% hade deltagit i stickevent, vilket är naturligt eftersom 97% av alla som bjöds in till enkätundersökningen hade deltagit i det eventet. 2% hade deltagit vid både stickeventet och streamingevent och resterande 3% vid streamingeventet.

5% hade deltagit i 1 online event, 11% deltagit i 2-4, 13% deltagit i 5-10 och 71% hade deltagit fler än 10 online event.

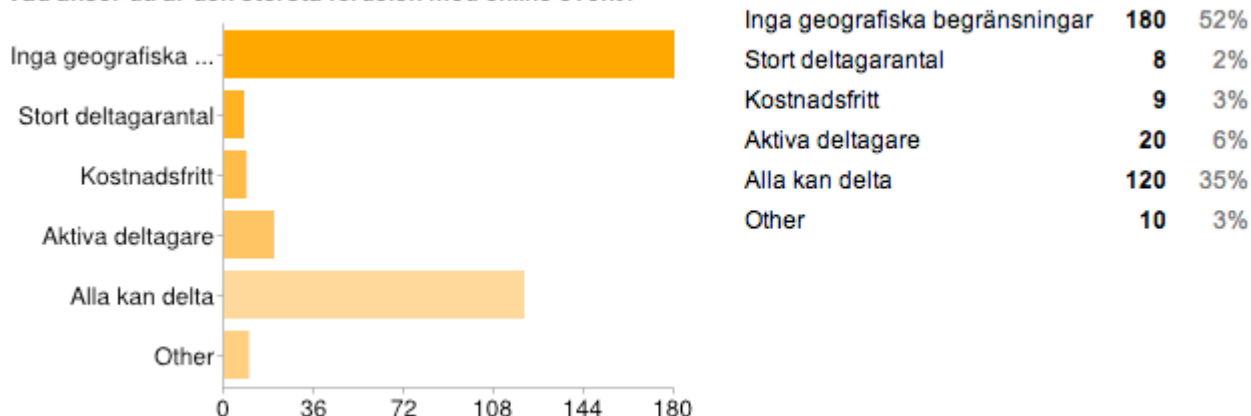
Det vanligaste sättet att få information om online event var via Familj/Vänner/Arbetskamrater, 47% hade blivit tipsade den vägen. Det näst vanligaste

sättet, var "Av en slump": 32%. 20% hade fått reda om eventet på annat sätt och 1% via reklam.

Den främsta anledningen till att delta i ett online event är för att få inspiration ansåg 47%. 42% deltar för att komma i kontakt med andra likasinnade. 9% svarade att de ej har möjligheten att närvara vid ett fysiskt event och 2% deltog av andra anledningar. En person svarade "Tycker bättre om online event än fysiska event".

52% ansåg att den största fördelen med online event var "Inga geografiska begränsningar", 35% ansåg istället att det var att "Alla kan delta". (Se figur 1.0)

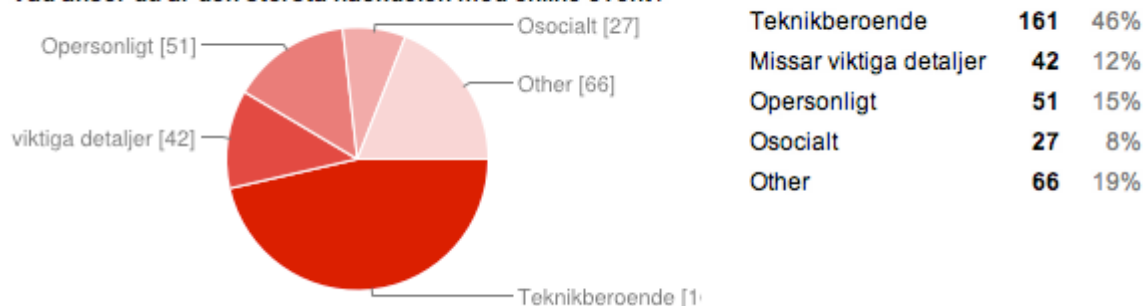
Vad anser du är den största fördelen med online event?



Figur 1.0 Majoriteten av de svarande ansåg att den största fördelen med online event är att det inte finns några geografiska begränsningar.

46% ansåg att största nackdelen med online event är att det är teknikberoende (Se figur 1.1).

Vad anser du är den största nackdelen med online event?

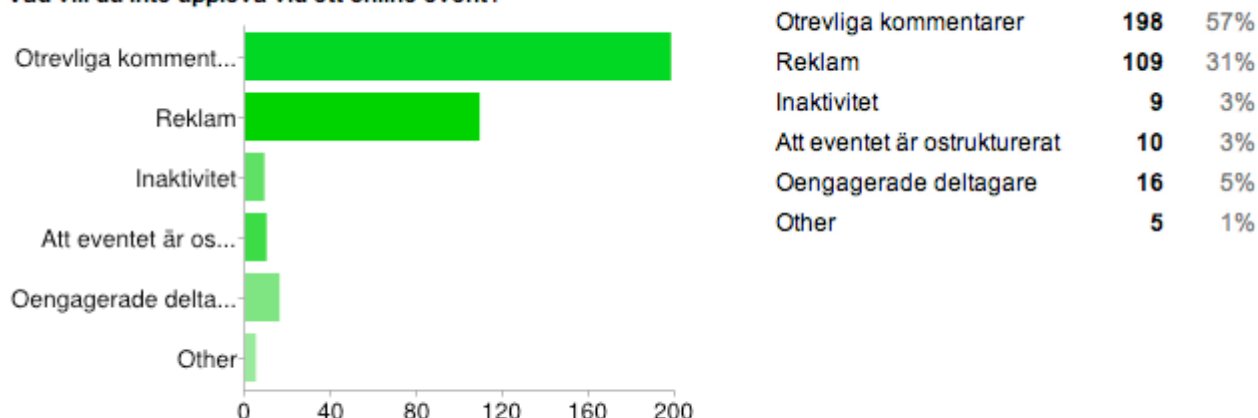


Figur 1.1 Att ett online event är teknikberoende ansågs vara den största nackdelen.

85% saknar inget vid online event idag, de resterande 15% saknar detaljer som: "Närkontakten, små detaljer i känslor" och "Den mänskliga kontakten" (se Bilaga 4 för mer information)

57% av ansåg att otrevliga kommentarer var vad de helst inte ville uppleva vid ett online event. 31% ansåg att det var reklam. (Se figur 1.3)

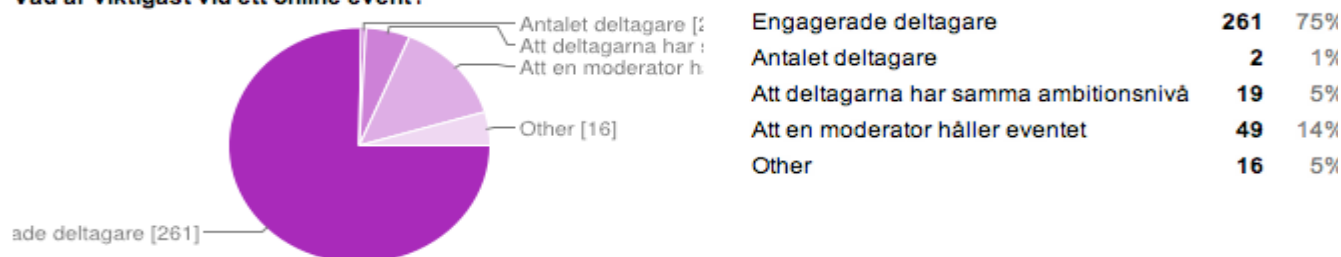
Vad vill du inte uppleva vid ett online event?



Figur 1.3 Över hälften av de svarande, 57%, ansåg att otrevliga kommentarer är det de inte vill uppleva vid deltagande av ett online event.

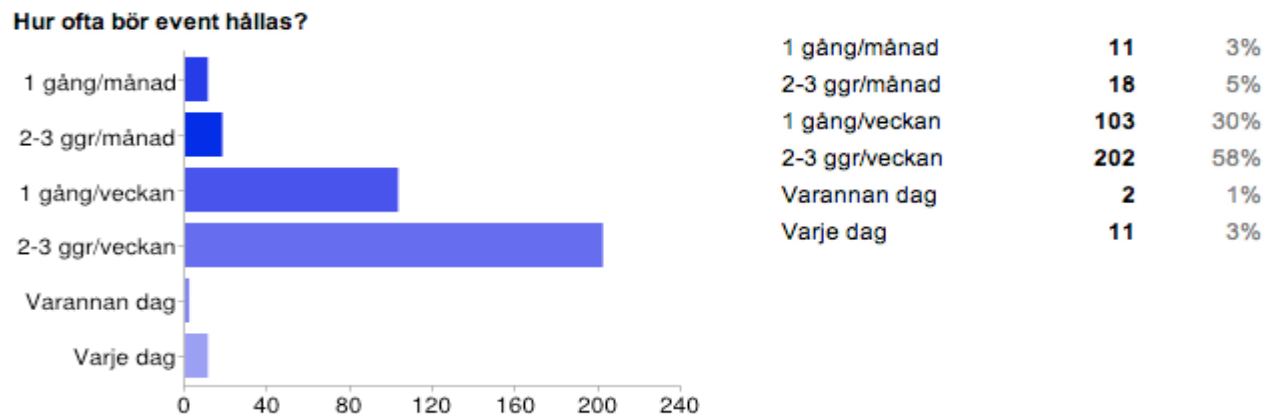
Det absolut viktigaste vid ett online event ansåg 75% av deltagarna var "Engagerade deltagare". 14% tyckte att det viktigaste är att en moderator håller i eventet (Se figur 1.4).

Vad är viktigast vid ett online event?



Figur 1.4 75% ansåg att det viktigaste vid ett online event är att deltagarna är engagerade i eventet.

58% ansåg att event bör hållas 2-3 gånger/vecka medan 30% ansåg att 1 gång/vecka är lagom (Se figur 1.5).



Figur 1.5 2-3 ggr/veckan ansåg majoriteten av de svarande var en passande frekvens för hur ofta online event bör hållas.

94% har deltagit genom att kommentera i loggen och 76% ansåg att det är viktigt att de andra deltagarna är aktiva.

Facebook ansågs vara en bra plattform för online event av 77% och 17% svarade att det är den absolut bästa. 4% ansåg att den fungerar bra men att det finns bättre alternativ. Övriga 2% svarade att Facebook inte fungerar något vidare.

6 Diskussion

Här analyseras resultaten från observationerna, fokusgrupperna och enkäterna utifrån teorin.

6.1 Kategorisering av online event utifrån interaktionen

De online event som studerades för denna uppsats var mycket olika i tema och innehåll. Även så vad gäller kommunikationsformerna och möjligheterna till interaktion. Online event med chatt erbjöd goda möjligheter till masskommunikation medan *DJ online* inte erbjöd någon möjlighet för användarna att delta aktivt med egna kommentarer. Utifrån dessa upptäckter låter sig online event kategoriseras utifrån möjligheterna till kommunikation:

- Online event som består av envägskommunikation
- Online event som består av både envägs- och tvåvägskommunikation
- Online event som består av tvåvägskommunikation

Till denna kategorisering kan läggas ytterligare en dimension med stöd i teorin, nämligen huruvida kommunikationen är synkron, asynkron eller båda delarna.

I online event som har inslag av tvåvägskommunikation kan deltagarna kommunicera genom flerpartsinteraktion, där flera personer kommunicerar med varandra. Något som framkom under observationerna var att det vid flertalet tillfällen pågick tvåpartsinteraktion mellan ett par deltagare i flerpartsinteraktionen.

6.1.1 Event med envägskommunikation

Event bestående av enbart envägskommunikation består av livestreaming, där deltagarna inte har möjlighet att kommentera eventet. Av de fem online event som observerades bestod ett av envägskommunikation. Det förekom således ingen interaktion mellan deltagarna. Det var en aktör som höll eventet och deltagarna deltog med icke interaktiva beteenden. Det gjorde alla deltagarna till så kallade smygare eftersom ingen hade möjlighet att kommentera eller ge sig till känna.

6.1.2 Event med envägs- och tvåvägskommunikation

Vid online event bestående av både envägs- och tvåvägskommunikation består eventet av två delar. Dels följer deltagarna eventets tema via livestreaming och dels kommunicerar deltagarna med initiativtagaren och varandra genom en textbaserad chatt.

De online event som bestod av både envägs- och tvåvägskommunikation hade lite olika karaktär. *Spelning online* var ett initiativ där bandet som höll eventet höll en konsert i en dryg timme. Medan konserten pågick skrev ett par deltagare inlägg i chatten, men det var inte förrän efter att spelningen avslutats som bandet själva chattade med deltagarna. Deltagarna använde sig av positivt interaktivt beteende och interaktionen skedde i första hand mellan deltagare och band. Vid några tillfällen interagerade deltagarna med varandra. En person skrev till exempel att spelningen var bra och en annan svarade och höll med. I övrigt var det

inte mycket interaktion deltagarna emellan. En dryg tredjedel av deltagarna anslöt sig som smygare och resten var aktiva.

Vid *Frågestund online* och *Förfest online* var interaktionen deltagarna emellan betydligt mer påtaglig. Vid *Frågestund online* höll en privat bloggerska frågestund där deltagarna fick ställa frågor om hennes liv. I *Förfest online* höll en privatperson förfest inför en stor fest på en klubb. I båda dessa online event överträffade antalet inlägg antalet deltagare. Det pågick mycket kommunikation deltagarna emellan och initiativtagarna hade stort fokus på deltagarna. I båda dessa event var kommunikationen synkron och deltagarna blev bekräftade och fick gehör på sina frågor och kommentarer. Under eventen pågick många diskussioner och deltagarna interagerade bland annat genom att hålla egna diskussioner och ställa frågor till varandra. Det pågick tvåpartsinteraktion och flerpartsinteraktion parallellt.

6.1.3 Event med tvåvägskommunikation

Online StickCafé som enbart bestod av tvåvägskommunikation skilde sig från de övriga online eventen eftersom interaktionen var mycket mer påtaglig. Det eventet hade flest inlägg och kommentarer på inlägg av de observerade eventen. Interaktionen pågick oavbrutet mellan deltagarna. Här skrev deltagarna inlägg och kommenterade på varandras inlägg. Kommunikationen var både synkron och asynkron. Deltagarna kom och gick som de ville och mitt i en diskussion kunde en deltagare lämna diskussionen för att exempelvis äta middag. Diskussionen fortsatte och deltagaren som lämnat diskussionen fortsatte sitt deltagande när hon/han kom tillbaka. Här var det inget hinder att kommunikationen blev asynkron. I det här eventet var det visserligen fler deltagare än antal inlägg, men kommentarerna på inläggen överskred antalet deltagare. Här fick alla deltagare respons på sina inlägg och kommentarer. Vid det här online eventet använde deltagarna tekniken för att lägga upp bilder på vad de stickat.

Vid online event bestående av enbart tvåvägskommunikation följer deltagarna eventet genom att iaktta en textbaserad chatt. Det finns även möjlighet att lägga upp bilder. Deltagarna kommunicerar med varandra genom att skriva inlägg och kommentera på de andras inlägg.

6.2 Facebook som plattform för online event

Enligt Donath (refererad i Södergård, 2007, sid 51) är designen på plattformen viktig för hur deltagarna ser på varandra. Facebooks design är uppbyggd så att deltagarna ser vilka de andra deltagarna är och deras alias på Facebook är vanligtvis deras riktiga namn och identitet. Eftersom den riktiga identiteten är så starkt knuten till den profil som används kan deltagarna vid ett event bestående av enbart tvåvägskommunikation känna sig trygga i att de vet vilka de andra deltagarna är. Vid event bestående av både envägs- och tvåvägskommunikation är det vanligt att eventet sker via Ustreams Facebook-applikation. Där ser de medverkande antalet deltagare, men det syns inte vilka deltagarna är om de inte använder chatten för att kommunicera. Först då signeras inlägget med deras namn.

Enligt Robertson & Resse (refererad i Södergård, 2007, sid 64) är förmågan att identifiera de andra deltagarna en förutsättning för att skapa virtuell gemenskap. Facebook ger deltagarna

möjlighet att se och identifiera varandra vilket gör att Facebook som plattform kan användas för att skapa virtuell gemenskap.

Under de online event som observerats har inget fientligt interaktivt beteende påträffats, något som annars är ganska vanligt på Internet. Nilsson (2005) anser att det är vanligt med fientligt interaktivt beteende på Internet eftersom det är enklare för deltagarna att skriva fientliga inlägg när de kan gömma sig bakom anonymiserade alias. Eftersom deltagarna inte är lika anonyma på Facebook som på en del andra forum kan det leda till att det inte är lika enkelt att skriva fientliga inlägg då deltagarna till viss del måste stå för vad de skriver. Att fientligt interaktivt beteende inte alls påträffats kan därför bero på att de event som iakttagits har hållits på Facebook. Detta stöds av att deltagarna i fokusgrupperna och enkätundersökningen ansåg att Facebook är en bra plattform för anordnande av online event. Detta för att deltagarna måste ha en personlig profil vilket gör att alla deltar synligt vilket minskar risken för interaktivt fientligt beteende. En slutsats som kan dras utifrån detta är att när online event hålls på Facebook verkar det kunna bidra till att undkomma de annars så vanliga fientliga interaktiva beteendena på Internet.

Även om det är bra att deltagarna anonymiseras så att det fientligt interaktiva beteendet minskar så finns det risk för att fördelarna med att vara anonym i virtuella gemenskaper försvinner. Som Lövheim (2002) betonar kan anonymiteten och avsaknaden av information om exempelvis utseende, kön och nationalitet bidra till en större öppenhet mellan deltagarna. När deltagarna deltar via Facebook är de inte längre anonyma och det skapas risk för att fördomar och diskriminering kan förekomma. En slutsats utifrån det är att det kan finnas både fördelar och nackdelar med att använda Facebook som plattform för online event. Det är eventets syfte som avgör vilken plattform som bäst lämpar sig.

6.3 Erbjuder online event virtuell gemenskap?

Det som krävs för att vara en del av en virtuell gemenskap är att det skapas samhörighet mellan deltagarna och att en social kultur skapas som ersätter den fysiska grunden för gemenskap (Södergård, 2007). En annan viktig faktor vid skapande av virtuella gemenskaper är att deltagarna känner sig hemma i gemenskapen och känner sig som insiders (Robertson & Resse, refererad i Södergård, 2007, sid 64).

Eftersom online event i den här rapporten delats upp i olika kategorier analyseras de var för sig. Online event bestående av enbart envägskommunikation uppfyller inte Rheingolds (citerad i Södergård, 2007, sid 64) definition av en virtuell gemenskap eftersom eventet saknar interaktivitet. De online event som består av både envägs- och tvåvägskommunikation som observerats har haft olika karaktär. Under eventet som bestod av ett band som spelade pågick endast lite interaktion mellan deltagarna och skapandet av en social kultur uteblev. Det eventet kan således inte klassas som en virtuell gemenskap. De andra två eventen med både envägs- och tvåvägskommunikation samt eventet bestående av enbart tvåvägskommunikation präglades av mycket interaktion och skapande av personliga relationer och kan således klassas som virtuella gemenskaper.

6.4 Jämförelse av resultat från fokusgrupp 1 och 2

Resultatet från fokusgrupperna har redovisats separat eftersom grupperna deltagit i olika typer av online event. I det här avsnittet jämförs och analyseras likheter och skillnader i resultaten för att se om generella likheter kan återfinnas.

Samtliga deltagare i de två fokusgrupper som anordnades hade vid något tillfälle deltagit vid ett online event. Deltagarna i fokusgrupp 1 hade deltagit vid ett online event som bestod av både envägs- och tvåvägskommunikation: livestreaming av en spelning. Deltagarna i fokusgrupp 2 hade deltagit i ett online event som bestod av enbart tvåvägskommunikation: en stickkväll.

6.4.1 Olika syften beroende på eventens kommunikationssätt

Gruppernas upplevelse av interaktion och kommunikation mellan deltagarna vid online eventen var olika. Deltagarna i fokusgrupp 1 hade inte upplevt att interaktionen mellan eventets deltagare varit särskilt intensiv medan deltagarna i fokusgrupp 2 upplevde interaktionen som väldigt påtaglig och diskussionerna som aktiva. En förklaring till skillnaden i upplevelse kan vara att i ett online event bestående av enbart tvåvägskommunikation fokuserar deltagarna fullt ut på interaktion och kommunikation mellan deltagarna. I ett online event med både envägs- och tvåvägskommunikation kan interaktionen bli lidande eftersom deltagarna kan vara upptagna med att följa envägskommunikationen, i detta fall en livespelning. Deltagarna i fokusgrupp 1 beskrev att de deltog i eventet för att se bandet spela, medan deltagarna i fokusgrupp 2 deltog för att umgås och bli inspirerade.

Eftersom fokusgrupperna deltagit i olika typer av online event är det intressant att de deltog av olika anledningar. Deltagarna i fokusgrupp 1 hade deltagit i ett online event med både envägs- och tvåvägskommunikation och deltog i första hand för att se bandet spela. Deltagarna i fokusgrupp 1 deltog alltså inte för att träffa likasinnade och bli inspirerade vilket var den främsta anledningen till att deltagarna i fokusgrupp 2 deltagit i online eventet. Ur det kan slutsatser dras om att deltagarna deltar av olika anledningar beroende på om det är ett online event med envägs- och tvåvägskommunikation eller ett online event med enbart tvåvägskommunikation.

6.4.2 Kommunikation och tid

Online stickcafé pågick under fem timmars längre tid än *Spelning online*. Walther et al. (1994, refererad i Södergård, 2007, sid 43) beskriver tidsaspektens betydelse när de påtalar vikten av att möten i virtuella gemenskaper tillåts pågå under lång tid. De menar att det i princip inte behöver vara någon kvalitetsskillnad mellan ett fysiskt och ett virtuellt möte, men för att deltagarna ska kunna uppleva en likvärdig kvalité behöver ett virtuellt möte pågå under längre tid än ett fysiskt. *Stickcafé online* är det enda online eventet som observerats som enbart bestod av tvåvägskommunikation. Det var också det online eventet som pågick under längst tid. Online event som består av både envägs- och tvåvägskommunikation har ofta ett annat syfte än online event som består av enbart tvåvägskommunikation där syftet i första hand är att kommunicera och träffa andra likasinnade. Vid online event bestående av både envägs- och tvåvägskommunikation är deltagarnas syfte vanligen att följa envägskommunikationen genom att exempelvis se ett band spela, kommunicera med arrangören etcetera. Då verkar det inte behövas lika mycket tid eftersom syftet redan är

uppfyllt. Däremot vid online event som består av enbart tvåvägskommunikation är syftet att kommunicera och träffa likasinnade. Då behövs det längre tid, vilket också stöds av teorin.

6.4.3 Erfarenhet skapar öppenhet

De båda fokusgrupperna fick genomföra samma övning och diskutera samma frågor. Under första delen av övningen, när deltagarna fick skriva ner vilka forum de tyckte olika event passade i var grupperna i stort sett överens. Tre deltagare skrev Internet eller online som passande forum för en del av eventen, de andra nämnde det inte. Däremot efter att deltagarna fått definitionen av online event uppläst för sig ändrade de åsikt och kom fram till att flera av eventen skulle passa online. Utifrån det kan slutsats dras om att det kan vara svårt att föreställa sig olika event som online event om det inte lyfts att de går att genomföra online.

Av de event som i båda grupperna ansågs passa som online event fanns följande med: musikspelning, filmvisning, sykvällar/stickkvällar, matlagning, middag, föreläsning, sport, konferens och spela spel. Alltså ansåg båda grupperna att event ur alla tre kommunikationskategorier lämpar sig som online event. Utöver de event som redan presenterats ansåg fokusgrupp 1 att aktiviteter som dating, vernissage och spela musik tillsammans skulle fungera online. I fokusgrupp 2 rådde det delade meningar om dating och vernissage, medan att spela musik tillsammans avvisades helt. Generellt sett var deltagarna i fokusgrupp 1 mer positivt inställda till att olika typer av event skulle fungera som online event. Det kan bero på att de deltagarna deltagit i ett online event innehållande bild och ljud och därför kan ha lättare att föreställa sig andra typer av event som online event med bild och ljud. Deltagarna i fokusgrupp 2 som inte upplevt detta kan ha svårare att föreställa sig hur det rent praktiskt skulle gå till att delta i ett online event bestående av bild och ljud.

6.4.4 Framgångsfaktorer

För att ett online event ska anses vara väl utfört och lyckat ansåg deltagarna att det krävs en del element såsom engagerade deltagare, regler, övervakning av online eventens struktur, tillgång till chattfunktion samt hög kvalitet om eventet innefattar bild, video och/eller ljud. Resultatet stödjer Södergårds (2007) teorier om hur den sociala strukturen vid ett virtuellt möte ersätter den geografiskt grundade gemenskapen. En skillnad mellan fokusgrupperna är att fokusgrupp 1 lade större fokus på vikten av hög kvalitet på video och ljud till skillnad från fokusgrupp 2 som visserligen ansåg att det är viktigt att uppkopplingen fungerar, men inte specifikt betonade vikten av hög kvalitet på bild och ljud. En förklaring till skillnaden mellan grupperna är att fokusgrupp 1 deltog i *Spelning online* som innehöll inslag av video och ljud medan *Stickcafé online* inte innehöll video och ljud.

Fokusgrupperna diskuterade betydelsen av en jämn kunskapsnivå deltagarna emellan. Det ansågs önskvärt att den förväntade kunskapsnivån tydligt ska framgå. Åsikterna skiljde sig kring hur strikt deltagarna bör anpassa sig till den fastställda kunskapsnivån. En deltagare i fokusgrupp 2 poängterade att det är upp till var och en att välja att delta vid ett event och att en avancerad nivå kan bidra till ett ökat intresse och inspiration. Några deltagare ur fokusgrupp 1 och 2 ansåg att medverkande med låg kunskapsnivå kan leda till oseriösa diskussioner. En deltagare ur fokusgrupp 2 ansåg att en för hög kunskapsnivå kan avskräcka istället för att inspirera. Slutsatsen utifrån den diskussionen är att det är viktigt att kunskapsnivån tydligt framgår så att deltagarna själva kan avgöra om de vill delta eller inte.

I båda fokusgrupperna ansåg deltagarna att online event gärna får hållas så ofta som möjligt, helst varje dag.

Deltagarna i båda fokusgrupperna ansåg att den absolut största fördelen med ett online event är att det inte är geografiskt begränsat. Grupperna ansåg att flexibiliteten i att inte vara fysiskt uppbunden skapar möjligheter att uppleva mycket mer. Deltagarna var också helt överens om att det mest negativa med online event är att det är teknikberoende.

Jämförelsen mellan resultaten från fokusgrupperna visar att det finns stora likheter i hur deltagarna resonerar kring online event som företeelse, men att typen av event de deltagit i påverkat deras syn på en del aspekter av online event.

6.5 Jämförelse av resultat från fokusgrupperna och enkätundersökningen

Här diskuteras likheter och skillnader i resultaten från fokusgrupperna och enkätundersökningen.

Resultatet från enkätundersökningen överensstämmer med vad deltagarna i fokusgrupperna ansåg är viktiga fördelar med online event såsom den geografiska friheten och tillgängligheten för allmänheten. Både enkätundersökningen och fokusgrupperna visar att en viktig funktion med online event är att föra samman människor med liknande intressen vilket bidrar till inspirerande möten.

Deltagarna i båda fokusgrupperna samt majoriteten av enkätundersökningens deltagare ansåg att den största nackdelen med online event är att de är beroende av att tekniken fungerar bra. Som deltagare krävs tillgång till dator, surfplatta eller smartphone med fungerande internetkoppling för att kunna delta. Det är viktigt att arrangören har bra utrustning om eventet ska innefatta ljud, bild och/eller video, annars kan erfarenheten av eventet uppfattas som mer negativt än positivt.

Majoriteten av de som svarade på enkätundersökningen saknade ingenting vid det online event de deltagit i. Av de som ansåg att det fanns brister lämnades kommentarer gällande avsaknaden av sociala aspekter såsom mänsklig kontakt. Samma typ av kommentar dök upp vid fokusgrupperna som också poängterade att viktiga moment som ansiktsuttryck, betoning i rösten och fysisk kontakt försvinner vid gemenskaper online. Det visar att deltagarna anser att en virtuell kommunikation är otillräcklig i vissa avseenden. Kommunikationen vid ett online event har svårt att ersätta kommunikation som sker ansikte-mot-ansikte, men är ändå ett alternativ till ett fysiskt event.

Undersökningarna visar att deltagare vid online event anser att det är viktigt att undvika interaktivt fientliga beteenden samt spridning av opassande reklam och ser det som en fördel att deltagarnas identiteter är synliga under eventet. Facebook anses vara en väl lämpad plattform för online event. Enkätundersökningen visar att de tillfrågade, precis som deltagarna i fokusgrupperna, anser att det viktigaste vid ett online event är aktiva och engagerade deltagare.

Enkätundersökningen visade att det vanligaste sättet att få information om ett aktuellt event är genom sitt kontaktnät bestående av familj, vänner, arbetskamrater etc. Även deltagarna i fokusgrupperna hade fått information om eventet via sitt kontaktnät. En fördel med Facebook är att kontaktnätet gör det enkelt för deltagare att sprida information genom att exempelvis "dela" ett event.

I fokusgrupperna svarade deltagarna att de gärna vill att online event ska hållas så ofta som möjligt, helst vill de ha tillgång till det varje dag. Resultatet från fokusgrupperna skiljer sig från enkätens resultat, där 58% ansåg att online event bör hållas 2-3 gånger i veckan och enbart 3% ansåg att de bör hållas varje dag. Det är intressant eftersom fokusgrupperna talade om online event generellt, medan deltagarna i enkätundersökningen kan anses ha svarat utifrån sin erfarenhet av online event. I enkätundersökningen hade majoriteten deltagit i ett *Online stickcafé*. En slutsats som kan dras från det är att online event med enbart tvåvägskommunikation inte behöver hållas lika ofta som online event med både envägs- och tvåvägskommunikation. I båda fokusgrupperna sades att en stor fördel med online event är dess flexibilitet, vilket kan ha bidragit till att deltagarna förväntar sig en annan tillgänglighet och gärna har tillträde till online event så ofta som möjligt.

Vid jämförelse mellan resultaten från fokusgrupperna och enkätundersökningen visar det sig att resultatet överensstämmer på många viktiga punkter. Det som skiljde sig var hur ofta deltagarna ansåg att online event bör hållas. Att resultatet är så likartat talar för att generella riktlinjer kan dras om hur online event bör byggas upp.

6.6 Brister och begränsningar med undersökningarna

Eftersom online event är en relativt ny företeelse finns inte mycket forskning eller teori på området. De teorier som underbygger arbetet handlar därför inte specifikt om online event utan om web 2.0, datormedierad kommunikation och virtuella gemenskaper.

Undersökningen är utförd med personer som har deltagit vid online event vilket gör att resultat och riktlinjer bara kan anses gälla personer som redan deltagit i online event. Undersökningen kan inte besvara frågan om vad som skulle få personer att *börja* delta.

Deltagarna i fokusgrupperna och enkätundersökningen bjöds in från två online event: *Spelning online* och *Stickcafé online*. Det gör att arbetet i första hand besvarar problemformuleringen utifrån deltagarna till de två evenen. Inga deltagare till online event bestående av enbart envägskommunikation har frågats ut och därför är det osäkert om riktlinjerna kan gälla för den kategorin online event.

De metoder som användes i undersökningen kan ha påverkat resultatet och det är möjligt att andra metoder skulle ha gett ett annat resultat. Urvalet av online event som observerades begränsades av att observationerna genomfördes inom ett begränsat tidsintervall av en månad. Det är möjligt att observationer vid en annan tidpunkt och av andra online event gett ett annorlunda resultat. En svaghet med observationerna som genomfördes var att det till en början var svårt att veta vad som är relevant att fokusera på och vad som är av betydelse vid observation av ett event. Därför kan kvalitén skilja sig något mellan första och sista

observationen då förutsättningarna för att kunna fokusera på relevant information kan antas vara bättre vid den sista observationen.

Resultaten från fokusgrupperna påverkas givetvis av deltagarna och att olika moment diskuterats olika genomgående i de två grupperna. Enkätundersökningen skickades som tidigare beskrivits ut till deltagare till *Spelning online* och *Stickcafé online*. *Stickcafé online* hade ett högt deltagarantal vilket gjort att majoriteten som besvarade enkäten deltagit i samma online event. Deltagarna var till övervägande del kvinnor och runt hälften av dessa var i åldern 41-60 år. Det gör att urvalsgruppen kan ha blivit något homogen vilket kan ha påverkat resultatet av enkätundersökningen.

Undersökningen som genomförts i rapporten är en begränsad undersökning utförd med ett begränsat antal människor som deltagit i ett begränsat antal online event. Trots det har resultaten från undersökningens olika delar varit väldigt likartade och det tyder på att generella riktlinjer kan dras för hur ett online event av de kategorier som behandlas i rapporten bör byggas upp för att dess deltagare ska anse att eventet varit lyckat och väl utfört.

7 Slutsatser

I detta kapitel besvaras hur ett online event bör vara uppbyggt för att dess deltagare ska uppleva att eventet varit lyckat och väl genomfört. Det görs genom att generella slutsatser och riktlinjer dras utifrån uppsatsens resultat och diskussion.

Uppsatsens problemformulering är följande:

"Hur ska ett online event utformas för att dess deltagare ska uppleva eventet som lyckat och väl genomfört?"

Syftet med uppsatsen var att ta fram riktlinjer för hur ett online event ska byggas upp för att dess deltagare ska känna att eventet är lyckat och väl utfört. Dessa riktlinjer kan användas av aktörer som ska anordna online event och vill veta vad deltagarna upplever som ett lyckat online event.

7.1 Syftet med eventet bör styra dess form

Det har visat sig finnas en skillnad i varför deltagarna till olika typer av online event deltar i ett online event. Det är därför viktigt att inför ett online event fastställa dess syfte och tema då det kan spela stor roll för hur eventet bör utformas. Vid event som kommer bestå av både envägs- och tvåvägskommunikation är det viktigt att fastställa om fokus kommer läggas på envägskommunikationen som vid *Spelning online*, eller om interaktionen kommer vara det viktiga som vid *Förfest online*. Vid det förstnämnda alternativet är det inte viktigt att fokusera på den sociala gemenskapen, utan det räcker att ha fokus på innehållet och se till att det är tydligt vad eventet kommer att innehålla. Vid online event med fokus på tvåvägskommunikation är både temat och möjligheten till virtuell gemenskap viktiga aspekter. Vid event bestående enbart av tvåvägskommunikation är det väldigt viktigt att det erbjuder virtuell gemenskap. Virtuell gemenskap skapas genom att i eventet fokusera på interaktiviteten mellan deltagarna och att eventet erbjuder möjligheter till diskussioner och gemenskap exempelvis genom att samla personer med liknande intressen som får utöva sina intressen. Det är viktigt att det finns en förståelse för vilka drivkrafter som ligger bakom deltagandet i ett visst online event. Ofta deltar deltagarna i event bestående av tvåvägskommunikation för att få inspiration och träffa likasinnade. Det är viktigt att eventets tema är tydligt och att deltagarna vet varför de är där. Den förväntade kunskapsnivån bör tydligt framgå så att deltagarna kan avgöra om deras egen kunskapsnivå är tillräcklig. Då kan de själva aktivt välja om de vill eller inte vill delta.

7.2 Facebook är en bra plattform för online event

Vid online event är det viktigt att minimera risken för fientligt interaktivt beteende. Genom att anordna online event på Facebook minskas risken för fientligt interaktivt beteende eftersom deltagarna vanligtvis är inloggade med sina riktiga namn. Facebook är ett bra forum att använda för online event, men det bör gå bra att använda även andra forum där deltagarna är inloggade med sina riktiga namn.

Ett online event kan med fördel anordnas på Facebook då en stor andel människor är aktiva på Facebook och enkelt kan sprida eventet vidare till personer i sitt kontaktnät. Deltagarna i fokusgrupperna och majoriteten av de som besvarade enkätundersökningen har angett att de kommit i kontakt med online event via sitt kontaktnät. Det kan vara bra att ha i åtanke vid anordnande av ett online event att det på Facebook är enkelt för de inbjudna att sprida eventet vidare till sina kontaktnät.

7.3 Låt syfte och form styra tidsaspekten

Olika typer av online event bör pågå under olika lång tid. För att anordna ett lyckat event bör längden på eventet bero på vilken typ av event som ska anordnas. Vid ett event med envägs- och tvåvägskommunikation där fokus ligger på envägskommunikationen såsom exempelvis en spelning behöver eventet enbart vara så länge envägskommunikationen varar. För den typen av event finns inga krav på att det ska pågå under längre tid än exempelvis spelningen. Däremot vid ett event där fokus ligger på interaktion mellan deltagarna är eventets längd väldigt viktig. För att deltagarna ska kunna kommunicera med varandra och skapa en virtuell gemenskap krävs att eventet pågår under en längre tid.

Om online eventet ska vara återkommande är det viktigt att fastställa hur ofta eventet kommer hållas. Det har framkommit i undersökningen att deltagarna till online event med fokus på envägskommunikationen gärna vill ha tillgång till online eventet så ofta som möjligt. Deltagare till online event med tvåvägskommunikation föredrar att gå på ett återkommande online event 2-3 gånger i veckan.

7.4 Bra att tänka på

Om möjligt är det bra att ta reda på vilken eller vilka typer av online event de tänkta deltagarna har deltagit i tidigare. Det har visat sig att deltagare till online event innehållande video och ljud har lättare att föreställa sig att olika typer av event fungerar online. Det kan göra att det är enklare att bjuda in människor som tidigare deltagit i ett online event innehållande video och ljud än deltagare från andra typer av event. Då kan det vara bra att redan vid inbjudan känna till deltagarnas bakgrund då det kan tänkas att de kan behöva hjälp med att visualisera eventet och att det fungerar online. Det kan göras med hjälp av exempelvis en förhandsdemo av eventet eller att ha en FAQ-lista tillgänglig.

Generellt för online event bestående av envägs- och tvåvägskommunikation samt enbart tvåvägskommunikation är att det är viktigt att tekniken fungerar och att en textbaserad chattfunktion finns tillgänglig. Det är bra om eventet inte är platsbegränsat. Det är önskvärt att en moderator finns tillgänglig för att styra upp eventet samt sälla bort reklam och otrevliga kommentarer.

Vid uppbyggnaden av online event är det bra att fokusera på de fördelar online event anses ha jämfört med fysiska event. Det är bra att betona att online event är platsoberoende och att deltagarna hinner delta i många event online. Det är bra att lyfta fram aspekter som anses fördelaktiga vid online event så att deltagarna känner att eventet har mycket att erbjuda.

7.5 Modell för klassificering av online event

Utifrån de slutsatser som presenterats, introduceras här en modell för klassificering av online event. I modellen presenteras rekommendationer för hur modellens olika kategorier av online event bör byggas upp. Modellen kan användas av aktörer som ska anordna online event. Modellen visas i tabell 4.

Tabell 4. Modell med rekommendationer för hur online event bör byggas upp

Kategori av online event	Online event med envägs- och tvåvägskommunikation		Online event med tvåvägskommunikation
Fokus på	Envägskommunikation	Tvåvägskommunikation	Tvåvägskommunikation
Deltagarnas syfte	Följa eventet, exempelvis spelningen	Följa eventet och interagera med andra deltagare	Interagera med andra deltagare, träffa likasinnade och bli inspirerade
Uppstår virtuell gemenskap?	Nej	Ja	Ja
Viktigt enligt deltagarna	Att tekniken håller en hög kvalité, att moderator finns på plats, att aktivt motarbete fientligt interaktivt beteende, att textbaserad chatt finns tillgänglig	Att tekniken håller en hög kvalité, att moderator finns på plats, att aktivt motarbete fientligt interaktivt beteende, att textbaserad chatt finns tillgänglig, att deltagarna är aktiva	Att deltagarna är aktiva, att de blir inspirerade, att kunskapsnivån tydligt framgår, att textbaserad chatt finns tillgänglig, att moderator finns på plats, att aktivt motarbete fientligt interaktivt beteende
Fördelar för deltagarna	Ej bundet till fysisk plats	Ej bundet till fysisk plats, möjligheten att träffa likasinnade	Ej bundet till fysisk plats, möjligheten att träffa likasinnade, att bli inspirerad
Återkommande event bör anordnas	Varje dag eller så ofta som möjligt	Varje dag eller så ofta som möjligt	2-3ggr/vecka
Rekommenderad längd	Så länge aktiviteten pågår, exempelvis spelningen	Minst så länge aktiviteten pågår, men helst längre så att deltagarna hinner kommunicera och etablera virtuell gemenskap	Under en längre period så att deltagarna hinner kommunicera och etablera virtuell gemenskap

7.6 Förslag på fortsatta studier

Eftersom online event är ett nytt fenomen finns inte tidigare studier gjorda inom ämnet. Med utgångspunkt i den här rapporten finns en mängd nya intressanta aspekter att studera. Det vore intressant att göra en liknande studie, men ur ett initiativtagarperspektiv: Vad tycker initiativtagarna är ett så bra event som möjligt? Det skulle också vara intressant att undersöka de kommersiella möjligheter som kan tänkas finnas med online event: Att undersöka om och i så fall hur online event kan användas i marknadsförings- och/eller försäljningssyfte.

Ytterligare en intressant aspekt skulle vara att undersöka hur deltagarnas ålder och kön påverkar inställningen till online event. En annan skulle vara att undersöka online event på andra plattformar än Facebook och undersöka vilken plattform som är bäst lämpad för olika typer av online event.

8 Källförteckning

8.1 Tryckt litteratur

Cook, N. (2008) *Enterprice 2.0 - How Social Software Will Change the Future of Work*. Surrey: Gower Publishing Limited, Burlington: Gower Publishing Limited

Ejlertsson, G. (1996, Andra upplagan 2005) *Enkäter i praktiken: En handbok i enkätmetodik*. Lund: Studentlitteratur

Gullriksen, J. & Göransson, B. (2002, 7:e uppl. 2010) *Användarcentrerad systemdesign*. Lund: Studentlitteratur

Lincoln, S. (2009) *Mastering Web 2.0: transform your business using key website and social media tools*. London: Kogan Page Limited, Philadelphia: Kogan Page Limited

Lövenheim, M. (2002). Nätet - en plats för nya former av gemenskap. I Dahlberg, P. (red.) *Internet, medier och kommunikation*. Lund: Studentlitteratur

Nilsson, B. (2005) *Samspel i grupp*. Lund: Studentlitteratur

Södergård, P. (2007) *Virtuell gemenskap - ett informationsvetenskapligt perspektiv på ungdomars cyberkultur*. Åbo: Åbo Akademis förlag

Wibeck, W. (2010). *Fokusgrupper : om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. 2. rev. uppl. Lund: Studentlitteratur

8.2 Rapporter

Ridings, C & Gefen, D. (2006) *Virtual Community Attraction: Why people hang out online*, <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00229.x/full>, 2012-03-30

8.3 Elektroniskt

facebookskolan.se [Elektronisk]

a. <http://www.facebookskolan.se/> 2012-05-03

b. <http://www.facebookskolan.se/statistik/> 2012-04-17

c. <http://www.facebookskolan.se/facebookskolan/index.php?page=nar-startades-facebook> 2012-04-17

d. <http://www.facebookskolan.se/facebookskolan/index.php?page=vad-ar-facebook> 2012-04-17

e. <http://www.facebookskolan.se/facebookskolan/index.php?page=vad-ar-facebook-edgerank> 2012-04-17

facebook.com [Elektronisk] <http://www.facebook.com/facebook/info> 2012-04-17

oreilly.com [Elektronisk]

What is Web 2.0 - <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> 2012-04-17

socialbakers.com [Elektronisk] <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/sweden>
2012-04-23

ustream.tv [Elektronisk] <http://www.ustream.tv/about> 2012-04-17

9 Bilagor

9.1 Bilaga 1 Frågor fokusgrupper

I anslutningen till övningen

Vilka forum passade de olika evenen i?

Efter att ni hört definitionen av online event, finns det något event som passar in där?

Diskussionsfrågor

Har ni varit med i, eller känner till fler online event än det ni deltog i innan fokusgruppen?

Chattade ni under eventet?

Utgör chatten en viktig funktion?

Vad finns det för fördelar med att hålla event online?

Vad finns det för nackdelar med att hålla event online?

Skulle ni helst gå på ett online event, eller på ett fysiskt event?

Tillför online event någon dimension som man missar vid ett fysiskt event?

Vad är viktigt vid ett online event?

Är det viktigt att de andra deltagarna är aktiva?

Vad tycker ni om Facebook som forum för online event?

Vilka andra forum skulle online event kunna hållas på?

Skulle det vara en fördel om deltagarna kan kommunicera muntligen med varandra?

Vad vill man inte uppleva vid ett online event?

Påverkar negativa kommentarer?

Har ni några övriga kommentarer?

9.2 Bilaga 2 Enkät

Vi är två studenter på Medieteknikprogrammet på KTH som nu till våren skriver vår kandidatuppsats. Uppsatsen är en undersökning om hur online event bör byggas upp för att dess användare ska vara nöjda med eventet. För att delta i enkäten är det viktigt att du någon gång har deltagit i ett online event.

Tack för din tid!

Stockholm, mars 2012

Beatrice Johansson, civilingenjörsstuderande KTH

Miriam Gauffin, civilingenjörsstuderande KTH

Kön *

- Man
- Kvinna

Ålder? *

- -20
- 21-30
- 31-40
- 41-60
- 61+

Har du deltagit vid ett online event det senaste halvåret? *

- Ja
- Nej

Vilken typ av event deltog du i? *

- Stickcafé Online
- Live spelning
- Båda

Hur många gånger har du deltagit vid ett online event? *

- 1
- 2-4
- 5-10
- 10+

Genom vem/vilka fick du information om att det aktuella online eventet fanns? *

- Familj/Vänner/Arbetskamrater
- Reklam
- Av en slump
- Other:

Vilken är den främsta anledningen till att du valt att delta vid ett online event? *

- Komma i kontakt med andra likasinnade
- Inspiration
- Har ej möjlighet att närvara vid ett fysiskt event
- Tycker bättre om online event än fysiska event
- Other:

Vad anser du är den största fördelen med online event? *

- Inga geografiska begränsningar
- Stort deltagarantal
- Kostnadsfritt
- Aktiva deltagare

- Alla kan delta
- Other:

Vad anser du är den största nackdelen med online event? *

- Teknikberoende
- Missar viktiga detaljer
- Opersonligt
- Osocialt
- Other:

Finns det något moment du saknar/ej upplevt vid ett online event? *

- Nej
- Ja (markera och ange vad inom 'Other')
- Other:

Vad vill du inte uppleva vid ett online event? *

- Otrevliga kommentarer
- Reklam
- Inaktivitet
- Att eventet är ostrukturerat
- Oengagerade deltagare
- Other:

Vad är viktigast vid ett online event? *

- Engagerade deltagare
- Antalet deltagare
- Att deltagarna har samma ambitionsnivå
- Att en moderator håller eventet
- Other:

Hur ofta bör event hållas? *

- 1 gång/månad
- 2-3 ggr/månad
- 1 gång/veckan
- 2-3 ggr/veckan
- Varannan dag
- Varje dag

Har du deltagit aktivt genom att någongång kommentera i loggen? *

- Ja
- Nej

Är det viktigt att deltagarna är aktiva vid ett online event? *

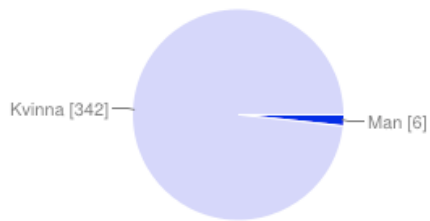
- Ja
- Nej
- Vet ej

Vad anser du om Facebook som plattform för online event? *

- Absolut bäst
- Bra
- Finns bättre, men ok
- Inget vidare
- Dåligt

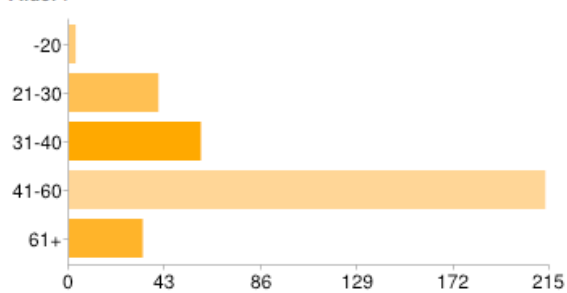
9.3 Bilaga 3 Diagram från enkätundersökningen

Kön



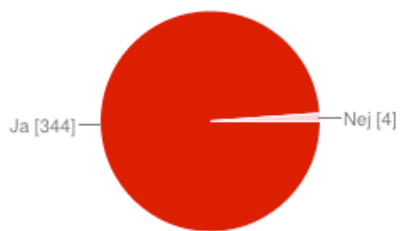
Man	6	2%
Kvinna	342	98%

Alder?



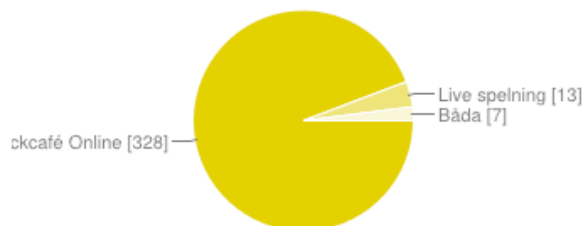
-20	3	1%
21-30	40	11%
31-40	59	17%
41-60	213	61%
61+	33	9%

Har du deltagit vid ett online event det senaste halvåret?



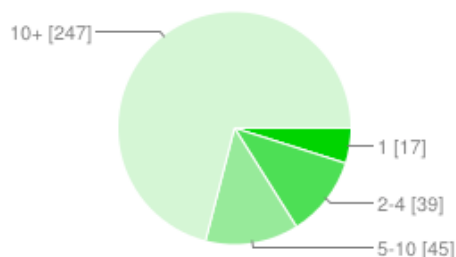
Ja	344	99%
Nej	4	1%

Vilken typ av event deltog du i?



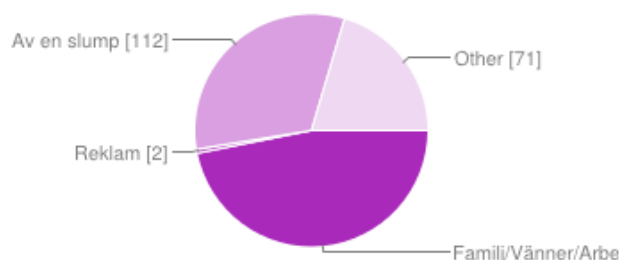
Stickcafé Online	328	94%
Live spelning	13	4%
Båda	7	2%

Hur många gånger har du deltagit vid ett online event?



1	17	5%
2-4	39	11%
5-10	45	13%
10+	247	71%

Genom vem/vilka fick du information om att det aktuella online eventet fanns?



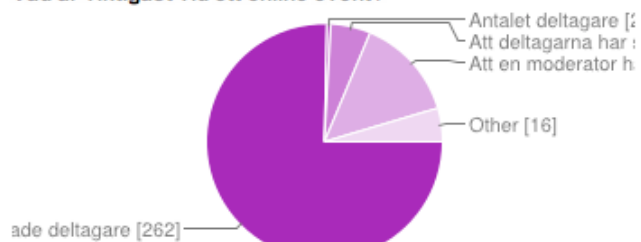
Familj/Vänner/Arbetskamrater	163	47%
Reklam	2	1%
Av en slump	112	32%
Other	71	20%

Vad vill du inte uppleva vid ett online event?



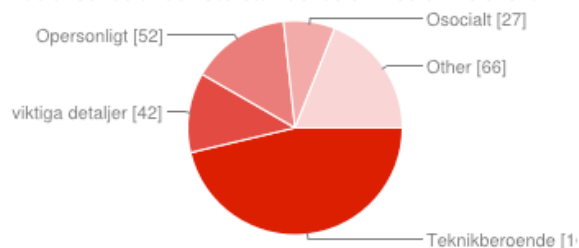
Otrevliga kommentarer	198	57%
Reklam	110	32%
Inaktivitet	9	3%
Att eventet är ostrukturerat	10	3%
Oengagerade deltagare	16	5%
Other	5	1%

Vad är viktigast vid ett online event?



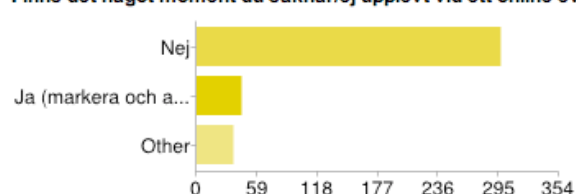
Engagerade deltagare	262	75%
Antalet deltagare	2	1%
Att deltagarna har samma ambitionsnivå	19	5%
Att en moderator håller eventet	49	14%
Other	16	5%

Vad anser du är den största nackdelen med online event?



Teknikberoende	161	46%
Missar viktiga detaljer	42	12%
Opersonligt	52	15%
Osocialt	27	8%
Other	66	19%

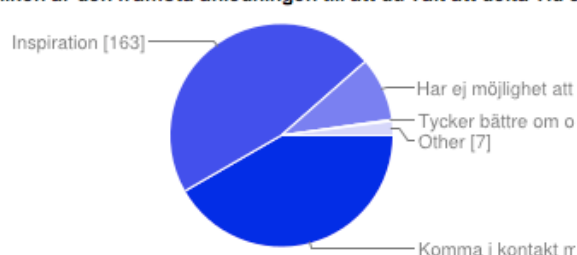
Finns det något moment du saknar/ ej upplevt vid ett online event?



Nej	297	85%
Ja (markera och ange vad inom 'Other')	44	13%
Other	36	10%

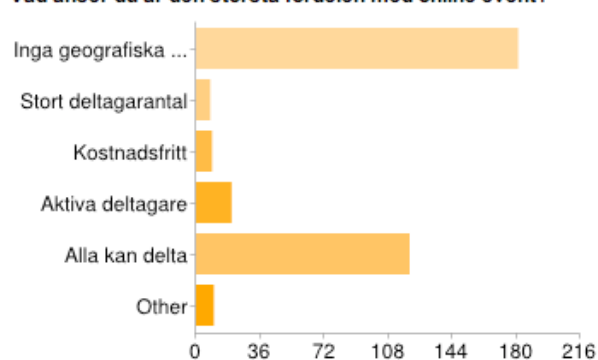
People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

Vilken är den främsta anledningen till att du valt att delta vid ett online event?



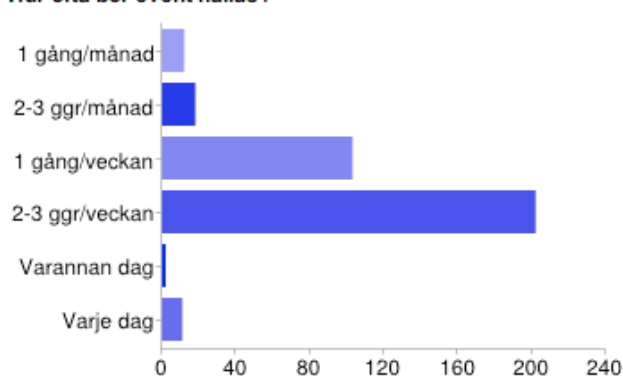
Komma i kontakt med andra likasinnade	145	42%
Inspiration	163	47%
Har ej möjlighet att närvara vid ett fysiskt event	32	9%
Tycker bättre om online event än fysiska event	1	0%
Other	7	2%

Vad anser du är den största fördelen med online event?



Inga geografiska begränsningar	181	52%
Stort deltagarantal	8	2%
Kostnadsfritt	9	3%
Aktiva deltagare	20	6%
Alla kan delta	120	34%
Other	10	3%

Hur ofta bör event hållas?



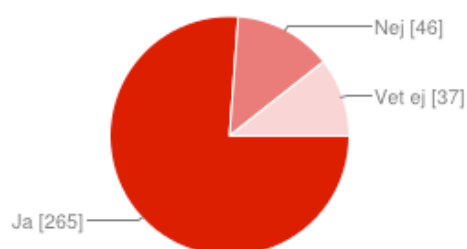
1 gång/månad	12	3%
2-3 ggr/månad	18	5%
1 gång/veckan	103	30%
2-3 ggr/veckan	202	58%
Varannan dag	2	1%
Varje dag	11	3%

Har du deltagit aktivt genom att någongång kommentera i loggen?



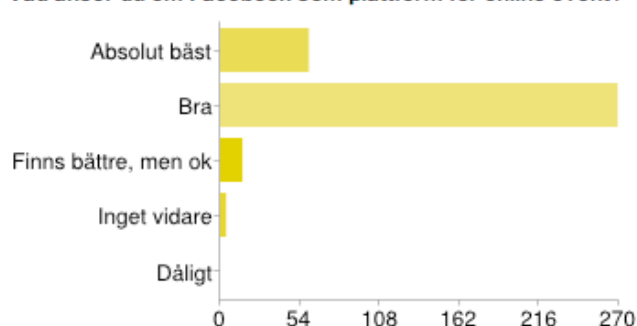
Ja	328	94%
Nej	20	6%

Är det viktigt att deltagarna är aktiva vid ett online event?



Ja	265	76%
Nej	46	13%
Vet ej	37	11%

Vad anser du om Facebook som plattform för online event?



Absolut bäst	60	17%
Bra	269	77%
Finns bättre, men ok	15	4%
Inget vidare	4	1%
Dåligt	0	0%

9.4 Bilaga 4 Fristående svar på enkätformulär

Genom vem/vilka fick du information om att det aktuella online eventet fanns?

Av en slump	Kollade runt efter grupper inom handarbete
blev inbjuden	kommer inte ihåg....:)
blogg	Kompisar på IRL stickcafé
Bloggar	Läste om det på en blogg
bloggar	Letade runt på fb, frågade på olika forum och blev sedan inbjuden
Eget aktivt sökande	Lisa Åhlström
Facebook	medlemskap
facebook	Minns inte
facebookgrupp	minns inte säkert, men har för mig att det var i visalisas blogg.
facebookgrupp som jag är med i	Minns inte.
Familj/Vänner/Arbetskamrater	Ohmygods facebookside
Forum	på fb-sidan
Forum och Familj/Vänner	Reklam
Genom en annan facebookgrupp	sökning på FB
Genom en stickblogg	sökning på stickning
genom facebook	Sökte på Facebook
Googel sökning	sökte på stickning
gruppen jag tillhör på facebook bjuder in	stickamera
her	stickblogg
inbjudan	stickcafé
Inbjudan	stickcafe online
Inbjudan från Lis	stickskolan
inbjudan via Facebook	strikkevenner
inbjudan via grupp/ intressesida på FB	Var med från början
Inbjuden i fb event	via blogg
Info på Facebook	Via bloggar
Initiativtagaren	via bloggar tror jag
Internet	via en stickblogg
Jag gjorde en egen sökning och fann det.	via facebook
jag sökte på "sticka"	Via Facebook
känner admin.	Via Facebookgrupp
	via fb
	Via min grupp
	via stickblogg

Finns det något moment du saknar/ej upplevt vid ett online event?

den mänskliga kontakten

Det blir ett sådant flöde av kommentarer, saker försvinner tyvärr i massan ibland.

Det direkta samtalet

Ja (markera och ange vad inom 'Other')

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), att "småprat" som ej är direkt relaterat till eventämnet ej dyker upp lika mycket som vid ett

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), Att man som sagt inte träffar folk fysiskt.

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), att tekniken tar tid ifrån händerna som i första hand vill sticka :)

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), att vi inte kan kombinera med skype när vi är så många

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), det känns lite ytligt

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), irl-event

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), känslan

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), kontakten att se en människa eftersom det betyder en del när man tolkar vad de säger

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), Live kontakt

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), Man kan inte känna på de andras stickning.

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), Man missar möjligheten att känna på andras garner.

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), missar nya inlägg

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), Närbild, små detaljer i känslor

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), prata om annat ibland

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), pratet undertiden antingen uppdaterar du eller stickar inte både och...

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), saknar möjligheten att få krypa riktigt nära och titta på någons arbete i närbild, följa hur hor

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), socialt

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), Svårigheter att integrera själv

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), Svårt att återkomma till saker i ett tidigare event.

Ja (markera och ange vad inom 'Other'), uppdateringen fungerar inte alltid

mer info om fysiska event

Nej

Nej, Ja (markera och ange vad inom 'Other')

skratten

skull vilja kunna delta med webcam

socialt ,prata verbalt

talet

Tävlingar

Vilken är den främsta anledningen till att du valt att delta vid ett online event

Både för kontakt med likasinnade och inspiration...

Både svårt att närvara vid fysiskt event, samt att online-event kan man göra andra saker emellan – behöver inte sitta klitrad hela tiden

Det har hjälpt mig att ta mig ur en depression.

dom 3 översta stämmer bra på mig

Har ej möjlighet att närvara vid ett fysiskt event

Inspiration

Kan svara ja på alla utom det sista

Komma i kontakt med andra likasinnade

kontakt m likasinnade og inspiration

Moro

Tycker bättre om online event än fysiska event

Vad vill du inte uppleva vid ett online event

Att eventet är ostrukturerat
Inaktivitet
Kränkande av andra deltagare
Oengagerade deltagare
ostrukturerade deltagare, som inte förstår strukturer.
Otrevliga kommentarer
Reklam
Sånt som inte hör handarbete till som reklam och tiggeri
strömvabrott
vare sig otrevligheter eller reklam

Vad anser du är den största nackdelen med online event?

att det är helt öppet, dvs alla ser vad jag skriver. Får mig ofta att bara läsa och alla svara.
att ej ses IRL
att inte träffas personligen
Att jag inte kan låta bli att vara med. :)))
Att man fort inser att innehållet i plånboken borde vara mycket större än vad egentligen är. De andra inspirerar till att vilja göra så
att man skulle vilja träffa många av de andra irl.
Det är vanebildande ;D
Det blir ett för stort flöde så att inlägg lätt försvinner i mängden
Det snackas om "fel" saker som inte hör till ämnet.
Facebook "kåkar" upp många inlägg!!!
Finner ingen
Finns inga direkta nackdelar.
Finns ingen nackdel...
Har ingen nackdel
Har svårt att se nackdelarna.
Hinner inte med att läsa allt trevligt som skrivs under kvällen. Svårt att söka i efterhand.
Inga nackdelar
inga nackdelar
Ingen
ingen nackdel
ingen, men det är kul att ses i verkligheten också
inget
Inget
inget :-)
Inget att klaga på
Inget!
Inte upplevt något negativt
Jag ser inga nackdelar alls
Kan bli FÖR stort = svårt att ha "grepp om det"
Kan inte precis se någon nackdel
Kan missa roliga bilder/kommentarer som hamnar för långt ner på listan för att synas/hittas snabbt.
Kommer inte på någon nackdel.
Lätt att fastna...
Lätt för missförstånd när man endast uttrycker sig i skrift
man blir fast vid datorn
man blir så upptagen med att se vad alla andra gör att man inte hinner få särskilt mycket gjort själv.. men det är samma "problem" om
Man hinner inte läsa allt
Man missar personliga möten
Man missar små nyanser som uppstår mellan parter.
Missar fysisk kontakt
Missar viktiga detaljer
Mkt upprepningar
när tekniken inte fungerar som den skall

Opersonligt
 Osocialt
 Risk för hackers, kapar namnet och skickar elaka mail till andra. Detta har hänt.
 Sämre ljud/ kvalité än live
 Ser inga direkta nackdelar
 ser inga nackdelar
 Ser ingen nackdel alls i det hela
 Strömavbrott!
 Svårt att åla rätt på vem som är vem, dvs väldigt många deltagare
 Svårt att både handarbete och skriva på pcn samtidigt
 Svårt att följa inlägg ibland
 svårt att sticka och vara riktigt aktiv...
 svårt hinna med att se allt
 Tar tid
 Teknikberoende
 tekniken kan vara bättre
 Vet ej
 vet inga
 vet inte om det finns nackdelar

Vad anser du är den största fördelen med online event?

Aktiva deltagare
 Alla kan delta
 engagerande och inspirerande
 Frihet (jag kan börja och sluta och börja igen under tiden som jag vill).
 Inga geografiska begränsningar
 inspiration och tips från andra
 kan vara med när kroppen inte klarar av att ta mig utanför dörren
 Kostnadsfritt
 kostnadsfritt, ingen begränsning, alla kan delta
 kravlöst
 lära känna andra med samma intresse
 man kan gå ifrån för andra saker o sen komma tillbaka
 Smidigt.
 Stort deltagarantal
 tips och nya ideer

Vad är det viktigaste med online event?

alla har samma intresse

Antalet deltagare

att alla är där på samma villkor

att alla har roligt och hjälps åt om nån behöver hjälp

Att deltagarna har samma ambitionsnivå

Att det finns och att man kan visa och titta på vad andra gör. Få svar på frågor och funderingar.

Att en moderator håller eventet

att få kontakt med likasinnade

Att ha skoj!

Att ingen blir otrevlig

att man trivs och har skoj, man kan komma o gå hur det passar en själv

Bra kvalité på streamen

Engagerade deltagare

eventets (artistens) kvalitet

gemensamt intresse

Kvaliteten på kameraplacering, ljud etc

mycket bilder på saker

Trevlig stämning

Trevlig stämning mellan deltagarna

Tydligt men valfritt deltagande

