



LUNDS UNIVERSITET

Avdelningen för Socialantropologi

Sociologiska institutionen

Masterprogram i samhällsvetenskap, Christian Malmström

Kontakt: chmalmstrom@gmail.com

SANM03 Examensarbete VT14

Handledare: Ulf Johansson Dahre

Ett internet i förändring – Om användarnas syn på det sociala beteendeklimatet online

Abstract

Avdelningen för socialantropologi, sociologiska institutionen, Lunds universitet.

Författare: Christian Malmström

Titel: Ett internet i förändring – Om användarnas syn på det sociala beteendeklimatet online

Handledare: Ulf Johansson Dahre

I en enkätundersökning gav 91 personer svar på frågor angående sina internetvanor, med särskild inriktning på beteendeklimatet och de svarandes egna tankar kring utvecklingen av den sociala onlinemiljön. Svaren från enkäten lyfter fram tendenser som sedan undersöks via deltagande observationer i onlinespelet League of Legends. Jag ger mig ut med tanken att undersöka om vi är i en process av självsanering vad gäller användarnas beteende gentemot varandra. Dels menar jag att både användarna och de som tillhandahåller de tjänster användarna brukar arbeta aktivt i sanerande syfte. Med hjälp av sociala inloggningstjänster, avanonymisering av användarna och olika betygs- och rapporteringssystem hjälper tjänsteföretagen användarna att kunna utöva socialt tryck mot andra användare som bryter mot såväl regler som sociala normer.

Sökord: socialantropologi, självsanering, internet, beteende, anonymitet

Abstract in English: In a survey, 91 people answered questions about their habits on the internet, with special focus on the behavioral climate and the respondents own thoughts on the development of the social milieu online. The answers from the survey highlights tendencies which are then investigated through participant observations in the online game League of Legends. I start off with the thought of investigating if we are in a process of self-regulation in terms of the users' behavior towards one another. In part I mean that both the users and those providing the services that the users utilize work actively in a regulatory purpose. With the help of social logins, deanonymization of the users and different rating and reporting systems, the companies that supply the services help the users to apply social pressure on those who break, both the rules and the social norms.

Key Words: Social anthropology, self-regulation, internet, behavior, anonymity

Ett internet i förändring – Om användarnas syn på det sociala beteendeklimatet online

1. 25 år med internet – En introduktion

Inledning.....	1
Internet då och nu.....	1
”On the Internet, nobody knows you’re a dog.”.....	2
Syfte och frågeställningar.....	3
Tidigare forskning.....	4
Metod och tillvägagångssätt.....	5
Online eller ”i verkligheten?” – Definitioner och avgränsningar.....	6
Uppsatsens disposition.....	8

2. Metod och tillvägagångssätt

Vetenskap, hermeneutik och antropologi.....	10
Antropologi på nätet.....	11
Goffman och internet.....	12
Online-Enkäter.....	15
Personliga reflektioner angående online-enkäten.....	16
Frågorna i online-enkäten.....	17
Urval – Vem deltar i studien?.....	19
Online-enkäter och viss kritik däremot.....	20

3. Användarnas vanor och syn på den sociala miljön online

Inledning.....	22
Vem är du?.....	22
Det är anonymitetens fel!.....	24
Media och näthat.....	28
Hur används de sociala medierna?.....	29

It-företagen - Från online till offline	30
Inte jag... men andra	32
Problem som uppkommit i efterhand med enkätfrågorna	34
4. Fältarbete bland trollkarlar och monster	
Ändrade planer	35
Inträdet	35
En kamp för förbättrat beteende	37
Men... datorspel är väl inte så stort?	40
Granskning i Tribunalen.....	41
5. Hur tolkar jag detta? - Analys av materialet	
Är det anonymitetens fel?.....	43
Vilka medel används för avanonymisering?	47
Att döpa sig själv.....	50
Autenticitet och anonymitet – oblandbart?	51
6. Avslutning och sammanfattning	
Sammanfattning - Återblick på syfte och frågeställningar.....	54
Frågor som inte fått plats.....	56
7. Litteraturförteckning.....	58
8. Bilagor	62

1. 25 år med internet – En introduktion

Inledning

Internet har blivit en naturlig del av många människors liv under de senaste årtiondet. Vi interagerar dagligen med en mängd olika människor online och detta har föranlett ett helt nytt klimat, som vi inte riktigt verkar ha vant oss vid. Media rapporterar om näthat och många vittnar själva om att påhopp ökar och undrar om möjligheten att datorskärmen avpersonifierar oss och de vi möter. Några menar att vårt beteende gentemot varandra på nätet blir allt värre. Några är av en annan mening. Jag ska i denna uppsats, med hjälp av en enkätundersökning och deltagande observationer i en onlinemiljö, undersöka hur det ser ut. Den senaste tiden har många tjänster blommat upp som i min hypotes skulle hjälpa till att sanera den sociala onlinemiljön. Fler och fler användare kopplar sig till dessa tjänster och detta ledde mig till att undra om den sociala miljön på nätet genomgår en självsanering. Användare vill kunna bruka internet i sin vardag utan att behöva utstå trakasserier och påhopp, och kan kanske till och med äventyra sin egen integritet för att uppnå detta. Tjänsteföretagen vill att användarna ska bruka deras tjänster och måste därför kunna leverera dem och upprätthålla dem på ett så attraktivt sätt som möjligt.

Internet då och nu

Vi spenderar alltmer tid på nätet. Enligt undersökningar gjorda 2012 hade över 2,4 miljarder människor tillgång till internet, vilket var en ökning med mer än 500 % sedan år 2000 (Internet World Stats, 2012). Användare söker information, spelar spel, shoppar, beställer resor, lyssnar på musik, gör bankärenden, läser nyheter, bloggar, diskuterar och umgås. Man gör praktiskt taget samma saker som man gör offline. Bara det sociala nätverket Facebook har över 1,2 miljarder användare, varav i genomsnitt ca 750 miljoner loggar in på sidan dagligen (Facebook, 2013). Den ökade försäljningen och användandet av smarta telefoner (smartphones) bidrar samtidigt till att än fler är uppkopplade. En undersökning, gjord av konsultföretaget Gartner, visade att ca 250 miljoner smartphones sålts fram till tredje kvartalet 2013, jämfört med ca 171 miljoner samma kvartal året innan (Gartner, 2013). Att allt fler använder smartphones medverkar också till att många numera har tillgång till internet större delen av dagen, eller till och med konstant.

Om vi tittar lite närmare på utvecklingen av tjänster på internet de senaste åren blir vi ännu lite mer varse hur mycket som har hänt under denna, egentligen korta, tid. Google grundades 1998

(Google, 2014a), Facebook 2004 (Facebook, 2014a), Twitter 2006 (Twitter, 2014) och Instagram 2010 (Wikipedia, 2014). Dessa tjänster är bara ett axplock utav alla de tjänster som används av hundratals miljoner människor dagligen. Det finns många andra liknande tjänster, men just dessa lyfts fram då de är några av de mest använda och visar på det spann av ca 15 år som jag vill visa upp.

Internet är, kanske mer än något annat fält, i ständig förändring, och förändringen går snabbt. Trender kommer och går, och någonting som till synes är nytt och lovande kan lika snabbt vara ett minne blott dagarna efter. Vissa trender håller i sig och blir snabbt en del av människors vardag och man kommer knappt ihåg hur man klarade sig utan dessa tjänster innan de fanns.

”On the Internet, nobody knows you’re a dog.”

Min egen erfarenhet av internet kommer från att, i större delen av mitt liv, ha haft tillgång till det. I familjen fick vi vår första dator på sent 1980-tal, när jag bara var 4-5 år gammal. En vän till min äldre bror hade en telefon kopplad till sin dator - han la ibland av luren, slog ett nummer, om jag inte minns fel så pep och tjöt det i några sekunder, sedan kunde vi få tag i spel och program ifrån USA. Men vi fick inte vara uppkopplade för länge, det var dyrt. Detta var långt innan piratkopieringsdiskussioner, Google och smartphones. Det dröjde ytterligare några år och vid slutet av första hälften av 1990-talet blev även min familj uppkopplade till internet. Så utan någon större överdrift kan det sägas att jag växt upp med datorer och internet. Bortsett från att ladda hem piratkopierad musik, program och spel var det nästan uteslutande kommunikation vi ägnade oss åt på internet. Vi mailade, chattade och skrev till varandra med hjälp av diverse sociala plattformar. Ibland låtsades vi vara någon annan och ibland var man helt enkelt sig själv. Vi utforskade ett socialt rum nästan helt utan gränser och regler och vi behövde inte ens lämna hemmets lugna vrå.

Citatet i rubriken ovan är tagen från en välkänd illustration av serietecknaren Peter Steiner. Den publicerades i tidningen *The New Yorker* i juli 1993. Illustrationen visar två hundar, där den ena sitter vid en dator och berättar för den andre, som sitter på golvet bredvid, att ”på internet är det ingen som vet att man är en hund”. Det var lite av denna känsla som infann sig hos oss i internets tidiga år. Det var en fristad, utan övervakning från föräldrar, lärare eller andra vuxna. Man hade alla möjligheter att utforska sin identitet och testa på att kommunicera som någon annan.

Klimatet, som jag kommer ihåg det, när vi umgicks på internet var ganska annorlunda om man jämför med hur vi umgicks på skolgården eller annorstädes. Det var lätt att slänga ur sig både det ena och det andra utan någon egentlig tanke på vem mottagaren var och man fick själv ta

emot okvädesord, hot och förtal. Jag menar inte alls att detta var det enda man fick uppleva, men det var i större utsträckning ett råare klimat än när vi träffades ansikte mot ansikte. Det var lätt att byta namn, nickname, och spårning av IP-adresser var ingenting vi visste någonting om eller tänkte på. Vilde man vara dum mot någon så bytte man helt enkelt nickname. Jag tror att vi kände oss anonyma, fast vi kanske inte gav det speciellt mycket tanke. När sedan utvecklingen gick framåt och internetuppkopplingarna blev snabbare kunde man börja spela spel mot varandra och då hände någonting. För att kunna visa upp sina färdigheter och kopplas ihop med dessa så blev ens smeknamn viktigare och viktigare. Ofta så spelade man på en och samma server, vilket gjorde att man kunde, och ville bli igenkänd. Då blev det plötsligt viktigare att bete sig, i alla fall lite, bättre. Man ville ju skörda frukterna av sin status som duktig datorspelare även på skolgården.

Det är detta, ovan skrivna fenomen, jag har valt att i och med denna uppsats fördjupa mig i. Den förändring jag och mina kompisar genomgått har de senaste åren fått en ännu mer betydande roll i användandet av internet. De tendenser jag anser mig se är att internet som plats, börjar skifta ifrån ett slags ingenmansland till en mer civiliserad plattform där samma normer och regler gäller som på andra ställen. Men hur ser förändringen ut? Vem påbjuder skiftet? Är det olika krafter som samarbetar för att föra internet i samma riktning men av olika skäl? Ser andra än jag denna förändring i process? Är mina observationer korrekta överhuvudtaget? Detta är några av de frågor som jag började min resa med, och berör de områden jag intresserar mig för.

Som begrepp och som forskningsfält är *internet* i sig väldigt brett. Min inriktning i detta arbete är att undersöka några av de sociala plattformar som idag erbjuds på nätet. Anledningen till att jag inte valt en specifik tjänst är att många använder olika eller flera stycken i sin vardag och för att få höra användarnas berättelser om klimatet på nätet i stort så väljer jag att innefatta flera olika tjänster. Jag vill med andra ord inrikta mig mer på användarna än på de specifika tjänsterna de använder. Jag ser det med en övergripande syn där de olika tjänsterna endast är skilda platser eller utrymmen, där mina informanter rör sig. Ser man internet som landet, sociala plattformar som byn och de olika tjänsterna som olika hus eller samlingsplatser så kanske det hjälper att begreppsliggöra det hela för läsaren.

Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att undersöka om det pågår en självsanering av människors beteende och attityder gentemot varandra på internet.

Frågeställningarna jag arbetar utifrån är: pågår det en självsanering av det sociala klimatet på internet; vem eller vilka skulle, i fall den var ett faktum, ligga bakom självsaneringen och hur tar sig den tänkta självsaneringen uttryck?

Tidigare forskning och teori

Mycket av forskningen som är inriktad på beteende på internet i allmänhet och sociala medietjänster i synnerhet, intresserar sig för trakasserier, näthat eller nätmobbning (eng. cyberbullying) utfört mot barn och ungdomar, av barn och ungdomar. Omfattande litteratur finns gällande just nätmobbning av unga och det kommer hela tiden än mer (Svensson & Dahlstrand, 2014) (Beckman, et al., 2013) (Barlett, 2013) (Olweus, 2012). Av den anledning att forskningsområdet, gällande barn och ungdomar, är så vida undersökt väljer jag att istället titta närmare på hur svenskar i den lite äldre ålderskategorin (20-40 år) upplever beteendeklimatet i sociala situationer på internet som de själva tar del av. Fältarbetet jag gjort kommer inte inrikta sig på endast den valda urvalsgruppen, utan i fältarbetet kommer den sociala miljön i stort undersökas, med alla dess inneboende. En stor del av svensk medierapporteringen handlar också om hur personer med visst kändisskap och bloggare/debattörer blir utsatta för påhopp, men jag har inte hittat någon bredare forskning på området.

Ett problem med forskning med internet som fält är att trender går fruktansvärt fort. Den mesta forskningen med internet som fält och sociala frågor som intresse brukar undersöka Facebook i första hand. Detta är inte konstigt då Facebook har en enorm användarskara och är mer eller mindre vardag för en majoritet i vårt samhälle. Jag kommer inte inrikta mig på enbart Facebook, utan jag kommer se all social interaktion via nätet i ett och samma intresseområde. Att trender går fort gör att undersökningar snabbt blir omoderna om de inriktas alltför mycket på den undersökta tjänsten. Social interaktion i sig kommer inte, med största sannolikhet, att bli omodern på ett par år, medan medlen med vilka man utför kommunikationen kan komma att bli dammiga väldigt snabbt.

Socialpsykologin är en av de första disciplinerna som kommer upp i tankarna när det gäller forskning på beteende online. En stor del forskning har gjorts på hur upplevd anonymitet påverkar människors beteende gentemot varandra baserad på deindividualiseringsteorin (eng. Deindividuation Theory) som menar att deindividualisering i en folkmassa eller grupp kan påverka individer i en riktning att de handlar på ett sätt som i sig är antinormativt (Siegel, et al., 1986) (Postmes & Spears, 1998). Annan kritisk forskning till, och utvecklande modeller av, deindividualiseringsteorin – Social Identity Model of Deindividuation Effects (SIDE) – menar

att anonymitet kan förstärka viljan att följa sociala normer i de fall där den personliga identiteten är svag och den sociala identiteten är stark (Reicher, et al., 1995) (Spears & Lea, 1994). Man träffas ofta av motstridiga fynd gällande vad upplevd anonymitet och känslan av att tillhöra en grupp resulterar i och det är svårt att se att vågskålen går mer åt ett håll än ett annat.

En annan teori som ofta kommer upp till ytan när det gäller beteende på nätet är Online Disinhibition-effekten. Denna kan vara ett lite entydigare svar på frågan vad nätet har för inflytelse på vårt beteende gentemot varandra. John Suler (Suler, 2004), Ph.D. på Rider University, menar att det finns två skilda tendenser hos dem som beträder nätet och har sociala interaktioner där. Båda tendenserna går under begreppet *online disinhibition effect*. Utkomsten går i motsatt riktning, men verkar bero på en och samma effekt. Den ena tendensen är att människor beter sig bättre online än offline, och man kan påvisa att vissa delar med sig av sina rädslor, känslor och önskningsar och visar ovanlig vänlighet och generositet. Detta kallar Suler för *benign disinhibition* (godartad avhämmning). Den andra avhämmningen är *toxic disinhibition* (giftig avhämmning) som visar sig i hur vissa använder ett hårdare språk, mer ilska, hat och hot i en större utsträckning än vad som sker offline. Suler delar upp dessa avhämmningar, som alltså både kan leda till ett mer positivt beteende och ett mer negativt, i sex olika kategorier. Dessa kategorier kan ge upphov till ett avhämmat beteende på nätet. Dessa är dissociativ anonymitet, osynlighet, asynkronicitet, solipsistisk introjektion, dissociativ föreställning och minimering av status och auktoritet. De olika kategorierna kan samverka inom en och samma person, vissa kan påverkas av en eller två och andra av ingen alls (Suler, 2004, p. 322).

Metod och tillvägagångssätt

Hur går man tillväga när man ska välja ut informanter när man rör sig i ett landskap med 2,4 miljarder inneboende? Det är såklart en fråga som måste besvaras, och ett svar som måste försvaras. Jag har valt att göra hela denna studie med hjälp av en dator, uppkopplad till internet. Den miljö jag undersöker är jag alltså samtidigt en del utav och det är med de verktyg som miljön gör tillgänglig som jag valt att kontakta informanter. Jag förstod snabbt att tidsramen för arbetet skulle göra det omöjligt för mig att få till stånd en undersökning med ett så stort urval av deltagare att fynden skulle kunna generaliseras i någon större utsträckning. Med hjälp av de olika sociala medierna jag själv har tillgång till har jag istället frågat vänner och bekanta att sprida en online-enkät vidare till sina dito. Detta har resulterat i att svaren jag fått i enkäten är utspridda främst på människor i åldrarna mellan 20-40 år som är bosatta i Sverige. Detta är den urvalsgrupp jag siktar på att undersöka då dessa människor till stor del är väldigt vana vid att använda nätet för kommunikation och allehanda sociala förhållanden. Samtidigt har många av

dessa varit med i internets tidigare ålder och kan i teorin se hur utvecklingen avancerar. Mer om urvalet kommer i ett eget stycke.

Online eller ”i verkligheten?” – Definitioner och avgränsningar

Vissa definitioner av frekvent använda ord kommer behövas för att tydliggöra denna uppsats. Med mitt stora och relativt långa teknikintresse är det svårt att veta vilka ord som jag själv ser som all dagliga och begripliga ord, utan behov att förklaras eller definieras, och vilka ord som för läsaren anses dunkla. Mina avsikter är att göra texten så lättförståelig som möjligt samtidigt som jag inte vill verka förminska läsarens kunskaper genom att förtydliga trivialiteter. Definitionerna anser jag viktiga eftersom jag läst otaliga akademiska artiklar och liknande där det ofta är väldigt svårt att veta vad författarna menar med de olika begrepp de använder. Orden och begreppen är också tydligt kopplade till tiden för skrivandet, och för att i någon form säkra min text för framtiden så är dessa definitioner på sin plats.

En definition som kommer vara grundläggande för förståelsen igenom hela detta arbete kommer vara den angående saker man gör då man är uppkopplad till internet. Detta kan kontrasteras med det man gör i, det som slarvigt kan kallas, verkligheten (alltså när man inte är uppkopplad till internet).

Online. Med att vara *online*, kommer ordet användas i benämningen om att vara i detta specifika tillstånd som nås genom att använda en tjänst som är uppkopplad på internet med hjälp av något slags verktyg. Ett sådant verktyg kan vara en dator, en smartphone, en tv, s.k. wearable technology (t.ex. klocka, glasögon osv.) eller surfplatta.

När ”online” hamnar framför ett substantiv, t.ex. onlinespel, onlineformulär, så menas då ett spel eller ett formulär som möjliggörs på grund av att det är uppkopplat på internet med hjälp av något verktyg. Ord som har sin givna plats på internet kommer inte förtydligas, t.ex. chattrum osv.

Offline. Att vara offline kommer användas då man inte är uppkopplad på internet. Detta kan vara problematiskt då vissa av oss är uppkopplade konstant och kräver därför ett förtydligande. Begreppet att vara *offline* kommer att användas när man inte använder någon tjänst som kräver att man är uppkopplad på internet, även om jag indirekt är online med hjälp av min smartphone som ligger i fickan. När jag t.ex. sitter och dricker kaffe med en vän, möjliggörs inte själva kaffedrickandet av att vi är uppkopplade på internet, vi är därmed offline just där och då.

Begreppet självsanering, som är en kärna i själva arbetet, syftar till den process som sätts igång av inblandade aktörer för att förändra ett rådande tillstånd. Det rådande tillståndet som sådant är oönskat, därav används *självsanering* och inte *självregering*. Aktörerna delar det gemensamma utrymme där tillståndet hittas, men kan ha olika platser eller roller i både utrymmet och i själva saneringen.

Definitionerna av dessa relativt nya fenomen, som internetanvändande föranleder, är ganska komplicerade. Dels är de komplicerade för att de är nya, dels är de komplicerade för att många fenomen är vitt skilda från varandra. Men även om de är skilda så verkar definitionerna av fenomenen, i egenskap av att vara samlade online, tvingas att vara enhetliga och anstå alla onlinefenomen. För att försöka tydliggöra min egen ståndpunkt och inte blanda ihop ”päron med äpplen” ger jag mig i kast med att förklara de rent ontologiska meningarna av de ord som jag kommer att använda. Litteraturen benämner vissa begrepp annorlunda och man benämner vissa av dem annorlunda i vardagligt tal. Definitioner och förklaringar av onlinefenomen görs med förbehåll om att de snabbt kan förändras. Mina dito kan mycket väl hamna i den kategorin, men jag väljer att diskutera min subjektiva mening av de mest väsentliga och grundläggande begreppen.

I Tom Boellstorffs bok *Coming of Age in Second Life* (2008) beskriver han ett fältarbete han utfört inuti en onlinevärld (Second Life, SL). SL är, förenklat, ett grafiskt chatttrum där en värld har skapats av användarna. Man skapar en karaktär som man sedan styr i onlinevärlden för att interagera och kommunicera med andra användare. I det inledande kapitlet av boken tar Boellstorff upp till diskussion angående just att definiera vissa onlinefenomen. Tydligast och mest omfattande är diskussionen som rör uppdelningen mellan vad som sker online och vad som händer offline och vad dessa två, till synes skilda verkligheter, ska kallas. Boellstorff nämner prefix till ”verklighet” eller ”värld” såsom digital, elektronisk och cyber och menar att dessa inte är tillfredsställande för att ge oss en korrekt uppfattning om begreppen. Han menar dock att ordet virtuell ger oss detta, för hur vi ska benämna ”onlineverkligheten” och sätter ”virtuell” i kontrast till faktisk (eng. actual) (Boellstorff, 2008, p. 18). Det kan vara ett fall där engelska ord inte helt och hållet passar för översättning men jag anser att dikotomin faktisk och virtuell, *actual* och *virtual*, inte är tillfredsställande i detta fall. Boellstorff skriver:

...it [virtuality] can be said to exist whenever there is a perceived gap between experience and “the actual.” This is now the most important meaning of “virtual” with regard to virtual worlds; “virtual” connotes approaching the actual *without arriving there* (Boellstorff, 2008, p. 19).

Det kan vara denna, och liknande uppdelningar som förefaller vara anledningen till att internet kan ses, som tidigare nämnt, som ett slags ingenmansland där samma normer inte gäller som i andra interaktioner. Att se ett sammanhang där sociala interaktioner utspelar sig, inte som faktiskt, utan som virtuellt bör påverka verklighetsuppfattningen kring det. Boellstorff vill inte använda sig av motsatsparet virtuell och verklig, *virtual* och *real*, och menar att det är en felaktig antonym. Uppställningen av dessa motsatser menas felaktig då ”virtuell” skulle antyda att teknologin gör saker mindre verkliga, och att så inte är fallet (Boellstorff, 2008, p. 20). Att då ställa virtuell i motsats till faktisk löser, i min mening inte detta dilemma. Från Svenska Akademiens Ordlista kan vi läsa att *faktisk* betyder ”i själva verket, verkligen” och *virtuell* betyder ”skenbar, antagen”. Jag ser samma problem med denna antonym som Boellstorff gör med den ovanstående. Det virtuella, eller det som sker medelst dator, blir mindre riktigt, mindre verkligt och tappar någonstans sin essens. Det skapas en bild, genom språket, som förminskar ”virtuella” skeenden till något som ”i själva verket” inte är. Vilket i förlängningen kan påstås rubba verkligheten kring det som händer virtuellt. Därför kommer jag att använda ”online” istället för virtuell, och ”offline” istället för faktisk. Med detta så gör jag inte anspråk på någon slags verklighetsuppdelning mellan de två, och håller mig fortfarande inom ramarna för förståeligheten och tydligheten för vilken uppdelning jag vill och behöver göra.

Uppsatsens disposition

Detta inledande kapitel är till för att intressegeöra ämnet för min uppsats och så i läsaren ett frö för fortsatt läsning och förståelse för de fenomen och frågeställningar jag presenterar. En del klargörande och definitionsmissiga avgränsningar sker även här, likaså avgränsningar med tanke på vilka plattformar som undersöks och vilka generaliseringar som kan antas utifrån uppsatsen. Nästkommande kapitel behandlar de metodologiska aspekter och tillvägagångssätt jag ställts inför. Där behandlas urval, metodval, diskussion om bärande insamling av data och egna funderingar över att göra antropologiska arbeten i en onlinemiljö. I kapitel tre börjar jag presentera det empiriska materialet, i form av en online-enkät jag skickat ut. Jag försöker i längsta möjliga mån att presentera datan utan värderingar och tolkningar så att läsaren själv ska kunna bilda sig en uppfattning av vad svaren kan ge. Kapitlet avslutas med en del personliga reflektioner angående vissa problem som uppstått under arbetets gång. Följer, gör en återgivning av de deltagande observationer jag gjort i ett onlinespel. Dessa observationer används i syfte att undersöka om de tendenser som lyfts fram i enkäten kan hittas även i denna miljö. I den femte delen analyserar jag de bärande delar som kommit fram i och med enkäten och kopplar ihop dessa fynd med de fynd som görs i de deltagande observationerna. Avslutningsvis så avrundar

jag med en sammanfattning och återblick av de frågeställningar jag ställt upp och ger de svar jag tycker att jag lyckats bevisa eller visa tendenser på. I sista kapitlet kommer även att finnas en mindre diskussion om de delar jag inte tycker har fått tillräckligt med plats, och pekar i en riktning för eventuell kommande forskningsfält och frågor.

2. Metod och tillvägagångssätt

Vetenskap, hermeneutik och antropologi

Samhällsvetenskaplig forskning har, likt all annan vetenskaplig forskning, som uppgift att generera kunskap. Det som skiljer vetenskaperna ifrån varandra är vem eller vad man studerar, hur man gör det och med vilka medel man genererar denna kunskap. Samhällsvetenskapen sägs ofta vilja förklara och förstå. Likheter och skillnader emellan naturvetenskapen och samhällsvetenskapen och Auguste Comtes (1798-1857) härledning av naturvetenskapens allmänna lagar till samhällsvetenskapen har blivit behandlade i otaliga andra skrifter och kommer därför låtas bero i denna. Jag är av uppfattningen att samhällsvetenskapen inte ska försöka uppnå samma lagstyrighet som naturvetenskapen och att båda vetenskaperna är goda var för sig. Den uppmärksamme läsaren bör då också misstänka att jag inte hänför mig till positivismen. Nog om detta.

För att förklara, och kanske viktigare *förstå*, de fenomen jag ger mig i kast med att undersöka hängiver jag mig åt hermeneutiken. Hermeneutisk metod handlar just om att tolka och förstå givna fenomen (Ödman, 2007, p. 13). Man måste, i detta nu, akta sig för att lägga fram den tolkning och förståelse man presenterar som allmängiltig, då detta går helt emot hermeneutikens grundvalar. Det finns en mängd sätt på vilka ett fenomen kan förstås och detta måste tas in i beräkningen och tolkningen av data. Per-Johan Ödman, professor emeritus i pedagogik vid Stockholms universitet, skriver:

Hermeneutiken erkänner att vi alltid ser från aspekter, att vi aldrig kan ställa oss utanför oss själva när vi studerar verkligheten. Vi kan och bör läsa mycket, ta del av andras arbete och erfarenheter, samla in material, iakttagelser och data. Men vi kommer för den skull inte i en position utanför våra liv, föreställningar och bemödanden. Hur vi tolkar och förstår betingas alltid av att vi är historiska varelser (Ödman, 2007, p. 14f).

Både förståelse och tolkning är grundläggande för ett antropologiskt arbete. Eftersom studieobjekten är människor med helt olika attityder och känslor, och inte blommor, vätskor i ett provrör eller planeter, bör dessa studeras med en stor dos tolkning. Att hitta regler för hur människors attityder eller föreställningar uppkommer eller ser ut synes för mig både felaktigt och omöjligt. I *The interpretation of Cultures* skriver Clifford Geertz:

Believing, with Max Weber, that man is an animal suspended in webs of significance he himself has spun, I take culture to be those webs, and the analysis of it to be therefore not an experimental science in search of law but an interpretative one in search of meaning (Geertz, 1973, p. 5).

Det är på detta sätt jag kommer att arbeta mig igenom denna uppsats, alltså genom tolkning av den data jag anskaffar mig. Med denna kommer jag försöka söka mening i studieobjektens verklighet, och även undersöka den meningsskapande processen som leder fram till deras verklighet så som de upplever den.

Antropologi på nätet

Många kopplar nog ihop antropologin med just fältarbetet. Och inte vilka fältarbeten som helst, utan gärna i något avlägset hörn av världen, i samhällen med traditioner så annorlunda från våra egna som möjligt. Mycket har dock hänt sedan Malinowskis traditionella fältarbeten. Risken för Denguefeber eller Ebola har drastiskt minskat för antropologer i och med internets inträde i våra liv. Världen är samtidigt mindre och större och ger oss en plats för studier som är mångt mycket större, eller i alla fall mer lättillgänglig, än tidigare då man med hjälp av nätet kan komma i kontakt med andra människor bara genom ett par knapptryck. Flera är de forskare som uppmärksammat styrkan i att göra antropologiska studier på nätet och som jag ser det så kommer detta inte att minska i framtiden. Internet kommer att vara en helt naturlig plats för, inte bara antropologer utan, en uppsjö samhällsvetenskapliga forskare – om det inte redan är det.

Antropologen Tom Boellstorff, som jag nämnt tidigare, spenderade över två år i onlinetjänsten Second Life och bevisar i sin bok *Coming of age in Second Life* att det går att göra ett fullskaligt antropologiskt arbete, med allt vad det innebär, i en onlinemiljö. Även om mitt eget arbete inte i skrivande stund är ett sådant omfattande etnografiskt åtagande så kommer boken att ligga nära till hands, i funktion av att vara den mest omfattande etnografien skriven om en gemenskap på internet.

Antropologer har i alla tider studerat människor, på plats i människornas egen miljö. Jag ska inte sticka under stolen att jag själv kände mig osäker på hur mitt arbete skulle tas emot, just med tanke på den rent antropologiska metoden, och fältarbetet och datainsamlingen i synnerhet. Kan man kalla det jag gjort, i spelvärlden, för ett fältarbete? Har jag ”gone native”? Mitt egna svar på frågorna skulle självklart bli, ja! Jag har kommit in i en värld, eller ett samhälle om man så vill, där de flesta reglerna var, för mig, okända. Jag har testat, bränt mig, fått veta hur man bör uppföra sig och vilka rättigheter jag har till mitt förfogande och vilka skyldigheter som

förväntas av mig. Jag har stiftat bekantskaper, uppmärksammat beteende och blivit en del av fältet själv. Mina vardagsbestyr har till viss del förändrats, jag har nu en annan vokabulär än tidigare och jag har lärt mig massor. Den antropologiska metoden har i sin famn ett väldigt öppet sätt att se på samhällsliga fenomen, och under mina studieår har detta blivit en metod som hela tiden ligger som ett tankemönster i det mesta som jag företar mig.

Goffman och internet

Alla som studerat sociologi, antropologi, psykologi eller något av en mängd andra ämnen vid ett universitet de senaste 40 åren bör ha stött på Erving Goffman i alla fall en gång. Några av hans böcker verkar vara mer eller mindre obligatoriska i många discipliner. Jag valde att ta med en diskussion om några av Goffmans teorier, just eftersom de är så vida accepterade och bör få en plats tillsammans med de flesta analyser av mänsklig interaktion. Jag kommer inte göra en utförlig presentation av teorierna, utan kommer välja ut ett fåtal delar av dem för att lyfta fram ett lite annat perspektiv på dem och försöka se dessa i ett nytt ljus.

I *Jaget och maskerna* (Goffman, 1959) kan vi läsa om hur individer (aktörer) presenterar sig själva, i varje social interaktion, likt en skådespelare som spelar en roll. De olika sociala situationerna kräver olika sociala framställningar av det egna jaget, beroende på vilka de andra är. Alla medverkande innehar samtidigt en roll både som aktör och publik. Aktörens primära uppdrag är att framställa en bild av sig själv så att den, på ett för denne fördelaktigt sätt, kan uppfattas av publiken. Detta skådespel utförs i en bakre och en främre region. I den bakre regionen förbereds framträdandet i det skymda för att sedan, inför publik, uppvisas i den främre.

Hur väl passar då, över 50 år gamla, teorier om sociala interaktioner in på ett samhälle där dessa interaktioner genomgått en dramatisk förändring? Många av delarna passar säkert fortfarande in på det moderna samhället och de sociala interaktioner som tillhör det, men vissa delar blir också problematiska i och med denna förändring. De teorier som inte helt och hållet kan förflyttas från ”då till nu” ska jag nu ägna en bit av denna uppsats åt.

Till att börja med måste det klagöras att Goffmans teorier explicit definierar interaktion som ”... individernas ömsesidiga inflytande på varandras handlingar och sätt att fungera när de befinner sig i varandras omedelbara fysiska närvaro” (Goffman, 1959, p. 23) vilket bör få teorierna att klara sig undan att innefatta de flesta sociala interaktioner på nätet. Även om denna gräns dras så bör vi kunna se att själva presentationen av aktören gentemot andra är densamma vilket medium den än görs i, och att det finns möjligheter, även om dessa kanske inte används,

att på vissa sätt modifiera och anpassa sina interaktioner åt publiken. Så den ”omedelbara fysiska närvaron” är egentligen ingenting som krävs för att interaktion ska äga rum och jag kommer därför applicera teorierna, och ifrågasätta vissa, även på interaktion på nätet.

För att ”ta tjuren vid hornen”, så börjar vi där stycket ovan slutar. Alltså förutsätter Goffman, igenom hela boken, att publiken är synlig för aktören, och vice versa. Det målas upp en bild av en teatermiljö med en scen, där skådespelaren framträder med sin repeterade rutin, och ett publikhav vars ansikten är vända åt den upplysta individen i den tydligt markerade scenografin. Men är denna stiliserade bild talande för det sociala skådespel som försiggår i sociala online-sammanhang? Är publiken alltid uttalad för aktören? Eftersom jag ställer frågorna, så kan den uppmärksamme läsaren förstå att jag kanske inte är utav fullständigt samma mening. Den unge bloggaren vet inte vilken publik denne kommer få när ett nytt inlägg postas. Även en Facebookuppdatering skickas ut på nätet, utan någon större vetskap om vem eller vilka mottagarna är. En viss målgrupp kan såklart ämnas, men den kan ändå missas helt eller delvis. En ofta återkommande punkt i de svar jag fått in från mina informanter i denna studie tog upp fenomenet med att man inte helt och hållet vet vem som sitter på andra sidan av datorskärmen vid interaktion. Inte bara i den mening att det kan vara någon annan än den man tror, men i mångt och mycket också att man inte från första början vet vem som läser det man skrivit och postat online. I en studie gjord på just gränssättande i sociala medier (Ollier-Malaterre, et al., 2013) visas att det ofta blir en krock mellan det privata och offentliga i och med vad människor lägger upp på sina profiler i olika sociala medier - Facebook i detta fall. Författarna skriver:

A great deal of personal information is often disclosed in these online forums. However, a key feature that distinguishes such online interaction is that the information disclosed is much less tailored to a particular conversation. (Ollier-Malaterre, et al., 2013, p. 647)

Studierna har alltså visat att den information man lägger ut i sociala medier är mindre anpassad till situationen än vad informationen skulle vara i en offlinesituation. Man anpassar alltså inte informationen till den publik som läser. Detta kan delvis handla om att man faktiskt inte vet vilken publik man har, den är inte synlig, såsom offline. I och med detta kan inte, i samklang med Goffmans teorier, ”[d]en roll som individen spelar [vara] anpassad till de roller som spelas av de andra närvarande individerna...” (Goffman, 1959, p. 9). Jag ser mer ett publikhav med kroppar och ansikten utan definierade drag, likt siluetter.

Tittar vi på de svar jag fått från online-enkäten ser vi att omfattningen av vänner och bekanta som är tillgängliga via sociala medier är väldigt hög. Man har alltså en väldigt stor del av alla sina bekantskaper samlade i ett och samma forum där man själv kommunicerar på ett och samma sätt med alla. Och på samma sätt visade enkätsvaren att man generellt kommunicerade med över hälften av umgänget både online och offline, vilket då inte isolerar skeenden online endast till den sfären, utan det sipprar ut även i offlinesituationer. Som ett exempel kan tas hur Stockholms Handelskammars rapport *Så rekryterar företagen i framtiden* kan visa att 58 % av alla tillfrågade företag använder sociala medier för bakgrundskoll av tilltänka nyförvärv (Stockholms Handelskammare, 2014). Har man då en profil som inte är modellerad för att möta en arbetsgivare kan det gå snett. Vi kan nog vara överens om att man i en offline situation är annorlunda när man möter en god vän i jämförelse när man möter en möjlig arbetsgivare. Likaså med de flesta interaktioner offline där man rättar sig efter hur gruppen, situationen eller läget är just där och då.

En stor del i Goffmans teorier handlar också om den tydliga uppdelningen mellan de olika regionerna (främre och bakre) och vilka som innebor dessa regioner. Regionernas uppdelning är dock inte lika tydlig när vi tittar på interaktioner, och framställning av det egna jaget, på nätet. I stor utsträckning framställer man inte sig själv helt på egen hand när man presenteras på nätet. En stor del av de sociala mediernas näring kommer från bilder som användarna lägger upp och publicerar för sin cirkel av följare och vänner. Med detta kommer att någon annan presenterar en scen där du själv är med. Scenen kan lika gärna ha med dig i bakgrund som förgrund och du kan presenteras på ett sätt som du inte alls själv vill stå bakom. En av kommentarerna jag fick i online-enkäten rörde vid detta ämne och menade:

Därför tycker jag det är viktigt att man inte har 500 vänner på FB eller liknande. I alla fall om man inte begränsar folks tillgång till ens information. Har du 500 vänner kommer det nästan göra det möjligt för vänners vänner och långt vidare att kopplas ihop på ett eller annat sätt till nästan resten av alla registrerade personer på FB. Så man har absolut ett ansvar själv att inte lämna ut sig själv helt online. Adaptera det till "offline" att varje person du träffar berättar du att du har dansat halvnaken på baren eller vad som annat. Integritet helt enkelt. Dock verkar pressen och normen nästan att man ska vara helt öppen vilket är ovan mitt förstående.

Det är alltså med hjälp av själva nätverket, där människor är kopplade ihop med varandra, som problemet uppstår. Om vi tar Facebook som exempel så kan en person ta en bild på dig, "tagga" dig i den (sätta ditt namn på den så att den kopplas ihop med ditt konto) för att den sedan delas

med dem du har i ditt nätverk. Du har själv inte valt att publicera bilden och har därför ingen egen chans att välja om du vill bli avbildad på det aktuella sättet eller inte. Den bakre regionen flyttas fram för allmän beskådan, publiken blir satt på första parkett i det hemliga rummet.

Inte bara genom tjuvnyp kan regionernas gränser ställas på sin spets i en onlinemiljö. Dagens interaktion, och då i synnerhet på nätet, är inte så synkron som interaktion var när boken skrevs. På nätet framställs hela en persons onlineföreteelser i mer eller mindre samma tidslinje vilket skapar en del problem. Nu är inte all information sparad på ett och samma ställe, men utvecklingen med sociala medier riktas i linje med att så kommer vara fallet inom en ganska snar framtid. Hela Facebookprofilen, eller alla blogginlägg eller mailkonversationer sparas och vissa av dem är synliga för allmänheten. Det är redan så att mycket information publiceras såsom om den är purfärsk, när den kanske är något eller några år gammal. Asynkroniciteten i och med nätet påverkar både den egna framställningen av jaget och de regioner i vilken informationen visas upp.

Online-Enkäter

[D]ata samlas inte in, utan skapas (May, 2011, p. 39).

Enkäten skickades ut i början av mars 2014 och hade vid slutet, den 11 mars 2014, 91 stycken respondenter. Dessa var uppdelade i en medelålder på 31,5 år och könsuppdelningen var 44 procent män och 56 procent kvinnor. Jag använde Googles enkätverktyg för att bygga frågorna och samtidigt få ett lätt och överskådligt sätt på vilket jag kunde läsa av statistiken. Den siffra, bredvid själva svarsalternativet, som är fetmarkerad anger hur många av de respondenter som valde just det alternativet och siffran längst till höger är procentsatsen av de respondenter som valt det svaret.

Enkätundersökningar, eller surveyundersökningar som det också kallas, klassificeras i boken *”Data Collection in Context”* (Ackroyd & Hughes, 1983) i fyra kategorier. Dessa är faktamässiga, attitydmässiga, socialpsykologiska och förklarande. Den kategori jag kommer röra mig i är den attitydmässiga, vilket innebär att jag kommer använda mig av en mer kvalitativt inriktad data, mjukdata. I boken *”Samhällsvetenskaplig forskning”* beskrivs den attitydmässiga enkätundersökningen som ”... att samla in data om attityder, till exempel om vad folk tycker om livet i allmänhet och vissa händelser i synnerhet” (May, 2011, p. 118).

Som citatet i början av detta stycke säger så samlas data inte in, utan det skapas. Detta är någonting man måste hålla i sitt bakhuvud under hela analysen av datan. Objektiviteten i kvantitativ

data anses ofta högre än i kvalitativ data och det är lätt att själv halka in i samma tankemönster. Så fort det handlar om procentsatser, siffror, diagram och grafer så är det lätt att missa att det är trots detta någon som samlat in svaren, analyserat svaren, ställt frågorna och valt ut vilka som ska svara osv. Detta gör enkäten och datan som kommer därutav i stor mån subjektiv till forskarens eget tycke. Subjektiviteten gör inte detta mindre intressant eller mindre vetenskapligt utan öppnar dörrar för att andra ska ta del av datan och kunna bilda sig egna teorier eller frågeställningar och utveckla det som tas fram.

När det kom till att faktiskt samla in det första empiriska materialet valde jag att börja med att använda mig av en online-enkät. Detta var det enklaste och mest kostnads- och tidseffektiva sätt att samla in en större mängd data och att komma åt en större målgrupp. Eftersom jag i denna uppsats kommer behandla internet som mitt enda fält, valde jag också att göra all min datainsamling online. Dels ser jag detta som en möjlighet att lära mig något nytt genom att använda en metod jag aldrig förr använt, och dels som en möjlighet att nå längre, en bredare massa, än om jag valt ett traditionellt fältarbete på plats.

I Robert V. Kozinets bok *Netnografi* kan vi läsa om det mesta rörande netnografien (alltså etnografi på nätet) som metod och han strukturerar bl.a. upp de olika tillvägagångssätt som kan väljas för datainsamling. Den ovan nämnda online-enkäten, menar Kozinets är ett nyttigt verktyg för att ge en överblick över ett visst område, eller en viss nätgemenskap. Han menar även att online-enkäter kan användas för att på ett bra sätt ge svar på frågor angående onlinekulturers spridning, användningsmönster, preferenser och demografiska skillnader (Kozinets, 2010, p. 65ff).

Personliga reflektioner angående online-enkäten

Skrivandet av frågorna till enkäten var ett större huvudbry än jag initialt tänkt att det skulle vara. Många frågor flöt upp till ytan under tiden jag karvade ut enkätfrågorna. Det fanns också en stor osäkerhet över hur många frågor jag skulle ta med – jag ville ju inte att folk skulle tröttna av ett för stort antal frågor. En osäkerhet befann sig också i att jag inte ville missa att få med någon fråga, som jag sedan skulle tänka oombärlig för mitt fortsatta arbete.

Olika metoder ger olika data, och passar mer eller mindre bra in på ett tänkt syfte. Online-enkäter kan ge vissa svar och missa att ge andra, och detta måste tas in i beräkningarna när metoder väljs. Kozinets höjer ett varningens finger och punktar upp en del områden, eller forskningsfrågor där online-enkäter inte är direkt lämpliga som metod. Dessa områden infattar bl.a.

att utforska nya teman, som tidigare inte varit kända; att utforska onlinekulturer eller nätgemenskaper vars karakteristika du inte själv förstår; att nå en djup förståelse av en annan människas synsätt; eller att noga specificera relationer eller strukturer i ett community (Kozinets, 2010, p. 69).

För att sedan fördjupa mig i de tendenser jag lyfter fram i och med online-enkäten väljer jag ut en del av de respondenter, som bifogat sin e-postadress, för en djupintervju. Ytan jag undersöker genom frågorna i enkäten kan jag sedan välja att titta närmare på, med hjälp av ett utvalt antal respondenter. Även detta val, att göra djupintervjuer online, förankrar jag i Kozinets bok. Likt stycket gällande online-enkäter punktar Kozinets även här upp i vilka situationer en intervju kan vara mer eller mindre lämplig än något annat medel. Några av områdena där just djupintervjun är lämplig, är bl.a. då man vill föra in en djupare förståelse av en deltagares egna erfarenheter av ett fenomen (fenomenologisk förståelse); fördjupa förståelsen av förhållande mellan aktiviteter och beteenden online; eller undersöka deltagares subjektiva uppfattningar och perspektiv och känsla av mening (Kozinets, 2010, p. 71). De mindre lämpliga områdena att använda djupintervjuer online (och offline) som Kozinets tar upp är bl.a. då man vill dra slutsatser som är representativa för en viss population och ska gå att generalisera; eller förstå orsaksrelationer mellan händelser (Kozinets, 2010, p. 72).

Frågorna i online-enkäten

Med de frågor jag valde till online-enkäten siktade jag på att få en generell bild av hur de svarande tolkade och kände att beteendeklimatet i de sociala onlineplattformar de besöker ser ut. När jag ansåg mig färdig med frågorna hade jag sammanlagt 18 frågor. Ålder togs med dels för att kunna undersöka om det fanns någon märkbar skillnad i svaren beroende på respondentens ålder, och dels för att kunna kontrollera att den tänkta målgruppen träffades. Likaså valde jag att ha med kön för att kunna se skillnader mellan de olika könen och för att veta att jag träffade någorlunda rätt i uppdelningen av respondenterna. En fördom jag hade, som skulle bli krossad, var att det skulle vara lättare att få in svar från männen. Fullständiga frågor, svarsalternativ och sammanställning av svaren kan ses i bilaga 1.

För att sedan ringa in vilka sociala medier respondenterna rörde sig i, och vilka jag skulle röra mig i, ställdes frågan om just detta. Här tog jag upp de sociala medier som har flest användare och benämns mest i vardagligt tal, media osv. Dessa är endast ett axplock utav alla sociala

plattformar användare kan röra sig i, men spridningen var ungefär som tänkt, och alla respondenter använde minst en av dessa. Frågan gav också möjligheten att se om det skilde sig i hur respondenterna beskrev sina upplevelser.

De två nästkommande frågorna hängde ihop. ”Hur använder du dig av alias/pseudonymer/nicknames på internet?” och ”Har du ett specifikt alias du känner dig mer förknippad med?” syftade till att undersöka om det fanns någon tendens som visade att användare hade egna skapade namn (alias/pseudonymer/nicknames) som de ofta använde och därför kunde kopplas ihop med. Jag kom själv till insikten om att mitt eget frekvent använda alias sa mer om mig än mitt vanliga dopnamn. När jag googlade mitt dopnamn hamnade jag inte ens på första sidan av träffar, men sökte jag på mitt alias kom mitt dopnamn, e-postadress och telefonnummer upp bland de första fem träffarna. Även några av mina fritidssysselsättningar kunde kopplas ihop med denna enkla sökning. Frågorna i sig gav inte alltför mycket substans, men när dessa kopplas ihop med de andra svaren skulle detta bli en viktig fråga i studien.

I nästa del ställdes tre ihopkopplade frågor till. De handlade om vad anonymitet innebär för respondenterna, samt om de anser sig anonyma och vikten av anonymitet. Ofta, både i vardagligt tal och i media, kopplas internet ihop med anonymitet. Jag ville undersöka vad begreppet betydde för respondenterna och om användarna faktiskt kände sig anonyma när de flanerade omkring på internet. Jag ville också se hur önskan om anonymitet tog sig uttryck. Kräver folk fullständig anonymitet i sociala interaktioner?

Följande fråga var utan inlindning. För att jag skulle kunna undersöka beteendeklimatet måste jag ställa frågor kring det. Jag ville veta om respondenterna tyckte att det var lika viktigt att värna om sitt beteende både vid och bortom datorn. Sedan frågades också om hur stor del av respondenternas vänner och bekanta de hade tillgängliga via sociala medier och hur stor del av kommunikationen online som även hände med folk som de kommunicerade med offline. Den sistnämnda frågan kan ha blivit för komplicerad, eller luddigt ställd, och jag undrar om svaren jag fått är tillförlitliga och användbara. Syftet var att koppla denna fråga till undersökningar gjorda på upplevda krockar mellan online- och offlinepresentationer av en själv. Jag valde att trots dessa undringar ta med frågan i undersökningen.

En fråga av vikt är också hur respondenternas användande av sociala medier generellt ser ut. Analyserna skulle se olika ut beroende på om flertalet var väldigt aktiva, eller om flertalet var passiva användare av onlinetjänsterna ifråga.

Frågan om respondenterna någon gång kopplat ett slags konto till en annan slags tjänst kan ha ansetts ovidkommande för dem, men var också en viktig fråga för mina hypoteser. Jag ville bland annat undersöka om det fanns ett tvång från IT-företagen som läggs på användarna i vissa specifika syften.

En vanlig uttryckt uppfattning är att det är lättare att slänga ur sig saker när man, som fysisk person just där och då, inte måste stå för det. Jag ville se hur mina informanter ställde sig till detta. Frågan ställdes enbart i detta syfte.

De avslutande frågorna syftade till att lyfta fram andras mening om mina hypoteser. Jag ville veta hur utsatta respondenterna generellt känner sig, om de tycker att beteendeklimatet förändrats i någon riktning och bad dem samtidigt att utveckla sina tankar i ett längre stycke. Texterna som jag fick in fungerade likt en liten intervju där jag ställt upp en fråga som den svarande fick utveckla precis i den riktning denne ville. Jag kunde också koppla tidigare svar från den specifika respondenten med de tankar denna uttryckt. Många och långa svar kom in, vilket hjälpte undersökningen i många olika riktningar och på många olika sätt.

Urval – Vem deltar i studien?

När det var dags att välja ut vilka som skulle delta och svara på enkäten, tänkte jag fortsatt i de netnografiska banorna. Jag skulle med hjälp av mina vänner och bekanta på nätet få ihop en tillräcklig skara för att med enkäten få ett tvärsnitt av tendenserna jag skönjer. Först, när jag tyckte mig färdig med frågorna, skickade jag ut ett mail till några få utvalda som skulle ge feedback och fungera som testare av online-enkäten. Det skulle vara till min fördel att bara skicka ut till ett fåtal och höra deras kommentarer och, om så behövdes, göra ändringar eller lägga till något, istället för att skicka ut till alla och sedan märka att något fattades eller var fel. Ett väldigt stort urval hade utbjudit en större möjlighet för generalisering, men för att endast påvisa tendenser ansåg jag det räcka med en mindre grupp av ca 100 deltagare. Målet är alltså inte att måla upp en generell bild utav hur världens alla 2,4 miljarder internetanvändare anser läget, utan att ge en riktning för fortsatta frågeställningar och forskningsämnen. En viss generalisering ämnas alltid i en sådan här undersökning, men man måste förstå gränserna och möjligheterna för just denna studie.

I enkätens slut fanns en fråga med en möjlighet att skriva ett lite längre stycke om hur den svarande tyckte att beteendeklimatet utvecklats. De svar jag fick in där kom att vara till väldigt stor hjälp, dels i det fortsatta arbetet och dels i urvalet av vilka jag skulle välja ut för intervjuer. Som Anthony Giddens i boken *Sociology* nämner ger detta de svarande chansen att detaljera

sina åsikter mer än de standardiserade frågorna i resten av enkäten. Dock ger de samtidigt ett större arbete att urskilja åsikter och jämföra dem (Giddens, 2009). De svarande skrev sedan i sin e-postadress om de var villiga att delta i en intervju. 46 av de deltagande skrev utförliga kommentarer vid angivet utrymme och 24 av de totala svarande fyllde i sin e-postadress. De tänkta intervjuerna stötte på patrull under arbetes gång och ändrades i senare skede till att istället, genom ett fältarbete, fördjupa de svar jag fått i enkäten. Detta fältarbete utspelade sig i onlinespelet League of Legends (LoL) och behandlas i kapitel 4.

Urvalet från fältarbetet har blivit lite som det kom sig att bli av sig självt. Många var inte intresserade alls av att svara på några frågor utan ville bara spela. Inte heller har jag lagt någon vikt vid ålder, kön eller annat när jag kommunicerat med dem och jag har heller inte brytt mig om det. En av internets inneboende egenskaper är att man, än så länge, inte har så stor koll på vem man kommunicerar med om man gör detta utanför de sociala medierna, och därför har jag inte vinnlagt mig om att försöka få reda på det heller. Jag känner de flesta i spelet endast vid alias och inget mer. Av observationerna som gjorts har mycket också handlat om textloggar där andra samtalar med varandra eller med mig, och där har det inte handlat om vem som besitter en viss position eller inte, utan alla är bara en gemenskap i just det spelade spelet, för att sedan bytas ut mot en annan gemenskap.

Online-enkäter och viss kritik däremot

Det finns nog inte en enda metod i det akademiska hantverket som inte är utsatt för en viss kritik. Jag kommer i detta kapitel att ägna en liten tid åt att presentera en del av kritiken emot just enkäter, dels för att tydliggöra vetenskapen om kritiken och dels för att till viss del besvara den och nudda vid några av mina egna reflektioner om den.

En vanligen riktad kritik gentemot enkäter i allmänhet är att de "... försöker blottlägga kausala relationer mellan variabler, en strategi som helt enkelt inte går att tillämpa på mänskliga handlingar..." (May, 2011, p. 153). En viss ålders- eller könstillhörighet orsakar alltså inte en viss attityd eller åsikt. Korrelationen dessa emellan innebär inte heller att om den ena variabeln ändras så gör den andra också det. May fortsätter och försvarar enkätundersökningen med att "I de flesta fall gör forskarna inte mer än att visa hur starkt sambandet är mellan olika variabler. Under alla omständigheter skulle det vara illegitimt att bara studera två variabler isolerade för sig..." (May, 2011, p. 153). Min uppgift i det här är alltså att tydligt visa att jag inte föranleder en viss attityd till endast en variabel och inte heller mena på att utfallet är kausalt eller korrelativt den variabel eller variabler det jämförs med. Det är alltså upp till mig att påvisa att ett

samband föreligger emellan de studerade variablerna, och även diskutera dessa sambands egentliga styrka. Vissa samband kan komma att vara tydligare än andra och vissa kan kräva mer diskussion för att förtydligas.

May tar också upp en annan kritik som ofta riktats emot metoden – den att det görs omöjligt genom enkätundersökningar att förstå processen som ligger bakom värderingar och beteendemönster. Detta godtas av May, med förbehållet att i dessa fall enkätundersökningen inte bygger på någon utvecklad teori. Med hjälp av ytterligare kvalitativa metoder stängs gapet igen och kan ge denna annars saknade förståelse, så länge datan inte presenteras separat (May, 2011, p. 153f). I min undersökning kompletterar jag med en del intervjufrågor och deltagande observationer för att komma närmare en förståelse av de medverkandes attityder. Om jag inte gjort detta hade kritiken varit väldigt befogad, jag hade inte kommit till någon slags djupare insikt i hur respondenterna kände och upplevde det sociala klimatet på olika nättjänster. Tillhörande kommentarsfält där respondenten kunde skriva en längre kommentar var också till hjälp för att få reda på mer om de övergripande attityderna hos de som jag inte efteråt tog kontakt med.

3. Användarnas vanor och syn på den sociala miljön online

Inledning

I denna del kommer jag presentera den data jag fått ta del av i och med online-enkäten, insända kommentarer och kompletterande intervjuer. Mitt syfte är att här endast presentera datan, utan att lägga någon direkt tolkning i svaren eller själv analysera den. Detta är till för att läsaren ska kunna se vilken data jag fått in och sedan kunna analysera den på eget sätt, eller nagelfara min senare analys av den, med hjälp av den. Jag delar upp svaren i en del underrubriker som föll sig naturligt när svaren gick igenom och kommentarerna lästs.

Vem är du?

Tänk dig att du står på trottoaren och pratar med någon. Ni står kanske och filosoferar om livet i största allmänhet, eller kanske diskuterar ni den senaste filmen som gått på bio. Det är ganska lätt att se och höra att personen framför dig är den som den utger sig för att vara. Men riktigt så är det inte med samma kommunikation på nätet. En stor mängd av den kommunikation vi genomför på nätet händer mellan personer som inte fysiskt ser varandra, eller hör varandra. Kommenterar du på en nyhetssida och sedan får en kommentar tillbaka så ser du ofta bara ett namn eller en pseudonym. Men pseudonymer behöver inte vara intetsägande och identitetsskylande. Som jag nämnde tidigare gjorde jag en Googlesökning på ett eget alias som jag använder ofta och jag fick mer information om mig själv, eller som var lättare att koppla till mig, än när jag sökte på mitt dopnamn. Samtidigt nämner jag också i mitt inledande kapitel hur pseudonymer är något man blir igenkänd på i vissa kretsar, t.ex. om det handlar om online-spel, chattforum osv. På senaste tiden har även online-spelen börjat spelas mer likt sportevenemang där tiotusentals åskådare följer matcher på plats, och miljontals tittare följer online. I dessa spel berättar pseudonymerna mer än vad spelarnas riktiga namn gör.

I online-enkäten frågade jag dels hur de svarande använde sig av namn i olika sociala tjänster och även vilka tjänster de använde. Svaren över vilka tjänster de svarande använde såg ut som nedan:

Facebook	89	98%
Twitter	31	34%

Instagram	51	56%
LinkedIn	45	50%
Google+ (inte sökmotorn)	26	29%
Disqus	6	7%
Egen blogg	22	24%
Inga av ovanstående	0	0%

Facebook hamnar i en kategori för sig då alltså alla utom två svarande använde ett Facebook-konto. Facebook är alltså långväga den vanligaste sociala tjänsten bland de svarande medan Instagram och LinkedInkonton innehas av ungefär hälften, Twitter och Google+ nära en av tre svarande, egen blogg en fjärdedel och endast 7 % använder Disqus.

När man använder Facebook så använder man sig inte utav pseudonymer utan man är faktiskt tvungen att använda sitt ”riktiga namn” och kan riskera att bli avstängd om man inte gör det. I hjälpavsnittet på Facebook kan vi läsa ”Facebook är en gemenskap där alla samverkar under sin riktiga identitet. Vi kräver att alla användare anger sina riktiga namn så att alla vet vem de kommunicerar med. Det bidrar till att skydda vår gemenskap” (Facebook, 2014b). Det är även likadant på både LinkedIn (LinkedIn, 2014) och Google+ (Google, 2014b).

Så själva frågan om hur de svarande använde sig av pseudonymer handlar inte om just dessa ovan nämnda tjänster utan riktas emot de tjänster där det inte är emot användarvillkoren att hitta på ett namn. Resultat visas nedan.

Alltid samma alias	5	5%
Oftast samma alias	39	43%
Några olika alias	19	21%
Oftast helt olika	1	1%
Alltid helt olika	0	0%
Alltid någon form av mitt eget namn	12	13%
Oftast någon form av mitt eget namn	14	15%

Det vanligaste sättet att namnge sig själv på internet, ibland de svarande, är att oftast använda samma pseudonym. Det var hela 43 % som gjorde på detta sätt. Detta kopplas även ihop med nästkommande enkätfråga om huruvida de svarande hade ett visst pseudonym de kände sig mer förknippade med, där två tredjedelar svarade ”ja”. Jag frågar en av de som fyllt i att denne kände sig mer förknippad med ett visst pseudonym hur detta kom sig:

Jag har valt ett alias som påminner om mitt namn, men är lite unikt på samma gång. Jag försöker använda det på så många ställen som möjligt som är publika så man kan ”bygga upp ett namn för sig själv”. Om någon skulle söka efter [den svarandes namn] så skulle de få upp massor av olika personer, men om de söker efter [den svarandes alias] så lär det bara vara jag typ.

Jag frågar om det bara är i vissa speciella situationer personen använder sitt alias.

Nä det är på alla möjliga sidor där man får använda ett eget alias, t.ex. i spel och e-postadresser.

Det finns också de som, även om de inte är tvungna att använda sitt riktiga namn, eller någon form av det, så visar det sig att sammanlagt 28 % gör det alltid eller oftast. Jag frågade ett par av dem som fyllt i detta om anledningen och fick som svar att:

Jag har inte tänkt på det så mycket. Jag tror att jag tyckte att det kändes lite töntigt eller konstigt att hitta på något annat. Har haft påhittade smeknamn på nätet för länge sen, men inte nu mera.

En annan säger:

Det blir lättare för andra att hitta en när man inte heter olika saker överallt och när man använder sitt riktiga namn.

Det är anonymitetens fel!

När jag satte ihop frågorna till online-enkäten så kom jag att tänka på att anonymitet används lite slentrianmässigt och det kanske är av vikt att veta vad de svarande anser att anonymitet som begrepp betyder. Jag ställde då upp ett antal vanligt använda meningar av begreppet och de svarande kunde välja flera av dessa. Alternativen de svarande hade var, ”Att andra användare inte ska få veta vem jag är”; ”Att de som tillhandahåller tjänsten/sidan inte ska få veta vem jag

är”, ”Att internetleverantörer inte ska kunna se min internetanvändning”; ” Att ingen slags myndighet ska ha rätt att kontrollera vad jag gör på nätet” samt ”Annat” där de svarande kunde fylla i någonting eget om de tillhandahållna svaren inte räckte till. Svaren på frågan ”Vad innebär anonymitet på nätet för dig” fördelade sig som följer:

Att andra användare inte ska få veta vem jag är.	58	64%
Att de som tillhandahåller tjänsten/sidan inte ska få veta vem jag är.	39	43%
Att internetleverantörer inte ska kunna se min internetanvändning.	35	39%
Att ingen slags myndighet ska ha rätt att kontrollera vad jag gör på nätet.	47	52%
Annat	10	11%

Fördelningen är spridd ganska mycket över alla svaren och kategorin ”Annat” resulterade i tre svarande som hoppade över frågan och alltså inte valde något alternativ och inte heller skrev i någonting själv. Inget alternativ verkar felaktigt, eller ovidkommande, när det gäller att exemplifiera vad anonymitet omfattar. Sex stycken av de resterande sju i kategorin ”Annat” tog upp hur de vill kunna välja vilken information de som tillhandhåller tjänsten får dela med sig till andra för egen vinning, t.ex. då det används för riktad reklam. Detta är ett alternativ som jag anser att jag, till viss del, missat att ha med då jag tror att fler skulle ha valt detta om det fanns som förskrivet, även om det som alternativ kanske skulle formulerats lite annorlunda.

När vi fått en bättre uppfattning om vad de svarande anser om begreppet anonymitet är det av vikt att undersöka om de svarande känner sig anonyma på nätet. I många kommentarer låg en undermening (och även explicit uttalat) om att upplevd anonymitet orsakar dåligt beteende och att användare faktiskt känner sig anonyma. Men hur svarade då de själva på frågan ”Anser du dig vara anonym på nätet”? Svaren var relativt entydiga då 82 % svarade ”nej” på frågan (och 18 % svarade ja). Så i urvalsgruppen görs det tydligt att en majoritet faktiskt inte känner sig anonyma.

Ett par av de svarande tog upp att det finns sätt på vilka man fortfarande kan vara anonym, men att dessa ofta var förknippade med ett för stort arbete för att gemene man skulle orka med det.

Det är självklart möjligt att fortsatt vara fullständigt anonym, men det kräver mycket mer från användaren än vad > 90% av alla är villiga att lägga tid på. Det är inte längre så att alla orkar vara anonyma, men bara dom som verkligen går in för att vara det.

En annan svarar:

Många grupper slutar vara så synliga men fortfarande aktiva - grupper som tidigare bidragit till hack/hyssh, botnet/ddos och trolling/flaming. Det är mer att visa en poäng nu än att bara visa att man kan. Andra har gått långt för att komma undan så långt det går i närhet till Dark Net.

Den följande frågan i anonymitetens tecken var huruvida det är viktigt att vara anonym på nätet för de svarande. De svar jag fick in fördelade sig på så sätt att 5 % svarade ”nej, aldrig”, 22 % svarade ”ja, alltid” och 73 % svarade ”ja, men bara på vissa sidor/tjänster”.

Två vanligt förekommande uppfattningar, både i folkmun och i de enkätsvar jag fått in, är att människor känner sig anonyma på nätet och att anonymiteten bidrar till att man inte beter sig på samma sätt som offline, eller då man inte känner sig anonym. I enkätsvaren var det genomgående att de svarande såg människors upplevda anonymitet som en anledning till dåligt beteende. Anonymiteten har inte bara i sin famn att locka fram dem som har ont uppsåt, utan verkar även på sätt och vis locka fram dåligt beteende ur människor som inte annars använder sig av det. Några av kommentarerna jag fått in är:

Många anonyma kommentarer på tidningars hemsida är nog åsikter som författarna bakom aldrig skulle säga IRL[In Real Life]!

Jag tror generellt att klimatet i samhället (och då även internet) blivit allt hårdare de senaste åren. Upplevd anonymitet på nätet gör att folk vågar skriva grövre saker.

Jag tror att internet är representativt för hur folk är generellt. När man är anonym, eller pratar om någon som inte hör, så kan man vara råare i sin ton. När man möter någon nykter och face-to-face är folk i regel mindre konfrontativa.

Folk vågar mer när det är anonyma eller när där inte är i direkt kontakt med människorna de kommunicera med.

Detta är ett axplock av de kommentarer som behandlar anonymiteten och vad den gör med de människor som upplever den. Vi kan se att det finns en uppfattning att människor känner sig anonyma när de surfar på nätet och socialiserar och kommunicerar. Det verkar också som att

denna anonymitet gör någonting med oss. Vi vågar mer, handlar annorlunda och har andra känslor gentemot de som är mottagare av vår kommunikation.

När jag sedan frågar hur de svarandes attityder om sitt eget beteende på nätet får jag även här ett ganska rungande och entydigt svar. ”Är det lika viktigt att värna om sitt beteende online, som offline”?

Lika viktigt online som offline	76	84%
Viktigare online	8	9%
Viktigare offline	7	8%

Internet är alltså inte en plats där det inte spelar så stor roll hur man betar sig gentemot varandra. De svarande anser generellt att det är lika viktigt att värna om sitt beteende online som offline. En svarande från den kategori som valde ”viktigare online” skriver efteråt till mig att denne ville klargöra att det är viktigare online då man hela tiden lämnar synliga spår efter sig, på ett sätt som man inte gör när man socialiserar offline.

Även om de svarande generellt anser det lika viktigt att värna om sitt beteende online som offline, så finns det även en uppfattning om att andra inte tänker så, eller i alla fall de som betar sig illa. Ingen av de svarande, som anser att sociala plattformar är en plats för utökat dåligt beteende, tar i en enda kommentar upp någon annan anledning för det dåliga beteendet utan att härleda detta till anonymitet och/eller att det händer på grund av att det är en datorskärm emellan de interagerande. Medan andra inte tycker att dessa sociala plattformar kan kopplas loss från beteendeklimatet offline.

Jag tror att det är svårt att koppla loss nätbeteenden från hur samhällsdebatten i stort förändrats. Kanske är bara allt mer synligt nu. Jag blir tex helt galen på när folk hävdar att nätmobbning möjliggörs pga. anonymiteten och att skärmar avpersonifierar oss. Dels förekommer mobbning varje dag på skolor och arbetsplatser där den utsatte får saker kastade i ansiktet av människor de känner till väl. Dels blir folk kära på nätet, hur skulle de kunna bli det om det är omöjligt att känna kontakt och mänsklighet genom skärmar?

Det de svarande alltså enas kring är att de själva generellt tycker att det är lika viktigt med sitt beteende online som offline. Ingen uttrycker att de själva ser internet som ett verktyg för att leva ut sadistiska hemliga fantasier eller behandla folk illa eller liknande.

Media och näthat

Det kan absolut påstås, utan någon större kontrovers, att media har ett finger med i spelet för hur samhällseliga fenomen ses, återberättas och tolkas av allmänheten. Fenomenet gällande näthat är inte annorlunda. De senaste åren har svensk media rapporterat åter och åter igen om näthatet och debatterna har också blivit allt vanligare. En sökning på ordet ”näthat” på Google visar att mellan 1 januari 2009 och 1 januari 2010 så får jag ungefär 2300 resultat. Under samma period åren 2013-2014 så får jag ungefär 32000 resultat, vilket visar på hur mycket större bevakningen av fenomenet blivit och blir en fingervisning på hur mycket oftare begreppet används.

Svaren på online-enkäten jag skickade ut visar att 42 % av de svarande anser att beteendeklimatet online blir allt sämre, att det blir ett rårare klimat, 45 % märker ingen större skillnad och endast 13 % anser att klimatet blivit bättre den senaste tiden. Samtidigt så meddelar sammanlagt 92 % att de aldrig eller sällan är utsatta för påhopp på nätet (51 % aldrig, 41 % sällan). Sambandet i sig säger inte väldigt mycket, men det uppkommer en del frågor i och med denna stora diskrepans mellan hur utsatta folk faktiskt känner sig och hur de tycker att beteendet utvecklas. En svarande skriver:

Jag tror att både den goda och den onda sidan har ökat och är i en fortsatt ökning, detta då i proportion till vårt ökande användande av alla olika tjänster på nätet. Dock har man de senaste åren hört mer om näthat rapporteras i media än om bra kommunikation, inget konstigt med det, media rapporterar ju generellt sett mer om negativa nyheter än om positiva. [...] Så ja, jag tror nog att påhopp och trakasserier fortfarande ökar men det gör även den positiva kommunikationen och denna tror jag är långt mycket större än den negativa men den syns inte i nyhetsrapporteringen.

Så ovan svarande är av uppfattningen att mediabevakningen är mer intresserad av det negativa beteendet och därför rapporterar om det, vilket i sin tur leder till att det är detta läsarna får ta del av. Den svarande menar att den ”positiva kommunikationen” skulle vara på en starkare framgång, men att den inte syns på samma sätt. En mängd forskning är gjord på ämnet, att media förändrar den allmänna uppfattningen beroende på vad de rapporterar om (McLeod & Hertog, 1992) (Gunther, 1998) (Christen & Gunther, 2003) (Hoffman, 2012). En annan svarande menar att:

Det har varit mycket mediebevakning kring näthat, vilket har lett till att gemene man har vetskap om fenomenet. Trots detta är jag av uppfattningen att klimatet blir bättre på internet eftersom allt fler sidor kräver koppling till Facebook eller liknande. Jag

tror att medias bevakning har gjort att allmänheten har fått uppfattningen att trakasserier eskalerar.

Båda svaranden anser att media ger ett större utrymme av rapportering till det negativa beteendet, så som näthat och trakasserier, men av deras egna erfarenheter att döma så tycks klimatet på något sätt ändå bli bättre. En orolig förälder skriver till mig att:

Har själv inte blivit påhoppad osv men tänker ofta på min son som ska bli 14. Han är mycket ute på nätet, tar bilder mm. är orolig att det blir fel, att han lägger upp en bild som inte ska vara där, skriver något på ask (ask.fm, en sida där man kan ställa frågor och svara på andras frågor. red. anm.) som han ångrar osv. utan att ha belägg så känns det som att trakasserier mm ökar men det kan också vara en bild som media skapar.

I samklang med föregående två talare nämner också denna svarande att man inte själv fått utstå påhopp men visar en oro för att sonen ska bli det. Svaranden tar inte upp att sonen faktiskt blivit utsatt för något speciellt, men att risken finns. Rädslan för ett råare klimat härrör den svarande möjligtvis från medias rapportering. Medan en annan av kommentarerna ser ett annat mönster:

Mobbning/elaka kommentarer/troll osv har blivit diskuterat på senaste och därför verkar folk bli mer uppmärksamma när något sånt sker. Tex någon kommenterar elakt i ett kommentarsfält och därefter brukar det komma kommentarer från andra som uppmärksammar den elaka kommentaren och ber personen i fråga att skärpa sig eller ger stöd åt den personen som fått den elaka kommentaren.

Hur används de sociala medierna?

Kommunikation på internet är mer eller mindre vardagsmat för de flesta som deltagit i denna studie och hela 43 % svarar att de har mer än 90 % av sina vänner och bekanta tillgängliga via sociala medier. 37 % har mellan 75-89 % av vännerna tillgängliga och 15 % har mellan 50-74 %. Sammanlagt har alltså 95 % av de svarande över hälften av sina vänner och bekanta tillgängliga via någon social nättjänst (och 80 % har över tre fjärdedelar tillgängliga).

Jag ville även veta hur omfattningen av kommunikationen online såg ut kontra omfattningen av kommunikationen offline. Jag bad de svarande att: ”Uppskatta hur stor del av din kommunikation online som sker med någon som du även kommunicerar med offline”. Svaren var spridda, men även här hamnar vi i allmänhet över 50 %. Man kommunicerar alltså generellt med över hälften av de man kommunicerar med, både via onlinetjänster och offline.

> 90 %	21	23%
75-89%	26	29%
50-74%	23	25%
25-49%	12	13%
<24%	9	10%

För att kunna bilda mig en uppfattning om de svar jag fick in från de svarande var det även angeläget att veta i vilken utsträckning de själva uppskattade sin egen roll i sitt eget användande och jag frågade därför vilken kategori de själva satte sig i.

Passivt. Kollar mest läget. Skriver sällan något själv.	45	49%
Aktivt. Skriver ofta kommentarer/uppdateringar och lägger upp bilder etc.	30	33%
Inte mer av det ena än det andra.	16	18%

Hade det visat sig att det var en betydande majoritet som ansåg sig passiva på de sociala medietjänsterna hade analysen av svaren behövt tolkas starkt i ljuset av detta. Likadant som om en majoritet hade varit väldigt aktiva. Den uppdelning som svaren visar var ungefär det jag hade förutspått och ingen särskild hänsyn kommer att tas till svaren i den mening att det förändrar någon frågeställning eller hypotes. Det betyder samtidigt inte att svaren inte kommer att jämföras med andra svar, för att visa på möjliga tendenser eller samband.

It-företagen - Från online till offline

Några som verkligen förstått kopplingen mellan människors liv på internet och det nedkopplade livet är de stora IT-företagen. Att tjäna pengar, och att ha detta som ett självändamål, verkar till stor del leda till extrem kreativitet och utveckling av människors vardagsbestyr. Google är ett typexempel av ett företag som, för att få affärerna att gå runt, måste veta vem just du är som sitter och använder deras tjänster.

På frågan ”Har du någon gång kopplat ett konto (Facebook-konto, Google+ osv.) till en tjänst för att du måste, men egentligen inte velat?” såg svaren ut såhär:

Ja	59	65%
----	-----------	-----

Nej **23** 25%

Vet ej **9** 10%

65 % medger att de, mot sig egen egentliga vilja, kopplat ett konto till ett Facebook- eller Google+konto medan 23 % antingen inte gjort det eller inte menar att det är mot deras vilja. Företagen gör det dels lättare för folk att koppla ihop många av sina förehavanden på nätet till ett och samma konto, med ett och samma användarnamn och lösenord, och dels så får de reda på vilka tjänster eller sidor du besöker och kan använda detta för egna syften.

Några av de som lämnade kommentarer på enkäten tog upp kopplingen mellan externa konton och avanonymisering.

Många sidor som t.ex. Aftonbladet har tagit bort möjligheten att kommentera anonymt, vilket jag tror leder till att folk tänker en gång extra innan man skriver. Sedan har människor olika åsikter. Vissa är t.ex. öppna med att de röstar på sverigedemokraterna eller liknande men detta är något de då måste stå för med namn och bild, vilket gör att de kanske polerar sitt språk mer än de annars hade gjort.

En annan svarande skriver:

...[J]ag menar att klimatet på internet har förbättrats otroligt mycket. Innan hade man inga "sociala"-tjänster som kopplade ihop olika tjänster, men man fick skapa en profil per sajt vilket gjorde det lätt att vara anonym om man önskade. Nu är det många sajter som kräver att man loggar in med sin sociala-profil eller kräver en registrering med giltig e-post och som bidrar till att man inte längre kan vara fullständigt anonym.

Den första av de två kommenterande nämner Aftonbladets koppling till sin kommentarstjänst. Denna är kopplad till användarens Facebookkonto och man kommenterar därför med sitt riktiga namn som länkar till den sociala profilen. Med den kopplingen menar den svarande att folk tänker till lite extra innan de skriver någonting. Även om åsikter skiljer så kan det vara så att folk, då deras kommentarer kopplas ihop med namn och bild, är lite mer eftertänksamma med vilket språk de använder osv. Även i det andra av de ovan citerade svaren menar den svarande att med hjälp av kopplingen mellan konton försvinner anonymiteten och därmed mycket av det dåliga beteendet.

Men alla tycker inte likadant. Många har, som sagt, nämnt anonymiteten som en anledning till dåligt beteende men vissa är av annan mening och ser inte att kopplingen till den publika profilen leder till ett förändrat beteende.

Det är förvånande att kommentatorstjänster som kräver någon form av identifikation, typ Facebook-inloggning, består av så mycket hatiska och stupida påhopp på grupper och personer. ... folk slänger ur sig saker trots att deras profil är ett knapptryck bort och de därmed är lätt identifierade.

Den generella tonen verkar ändå tyda på att de svarande tycker att åsikter, värderingar och språkbruk tonas ner i de situationer där identifieringen eller koppling till bild, namn och umgänge finns. En del av de svarande tycker att man, för att kunna besvara några frågor, måste skilja på den del av kommunikationen som sker via de tjänster där man lättare är identifierad (t.ex. Facebook, Twitter och Instagram) och de tjänster där man har en större anonymitet (t.ex. forum utan inloggning).

Det beror på vilka kanaler du rör dig i. Det finns alltid "internet troll" som lägger ut "bete" för att få dig engagerad och sedan använder din engagemang mot dig genom att attackera dig och din person snarare än dina åsikter. Dessa är oftast sfärer där anonymitet är vanlig och många personliga åsikter vädras t.ex. familjeliv eller reddit och Youtube. Sfärer där man är tvungen att ange mailadress och där många ansikten är bekanta som t.ex. Twitter och Facebook har klimatet blivit bättre och folk argumenterar mer sakligt och generella klimatet har blivit bättre. Dagens ungdomar växer upp med konceptet AFK istället för IRL, eftersom internet är en förlängning av verkligheten för dem, olikt generationen innan.

Inte jag... men andra

Den sista delen av enkätsvaren behandlade hur de svarande ansåg att beteendeklimatet på nätet såg ut eller hade förändrats. Många av svaren jag fått i kommentarerna i slutet av enkäten har redan behandlat detta till viss del, men då ofta med koppling till någon av de andra delarna – media, anonymitet eller allmänt användande. Jag började med att fråga om de svarande tyckte att det var lättare att kommentera och tycka på nätet, än vad det var offline. 49 % svarade att det var det, medan 22 % svarade nej och 29 % svarade att det inte var någon skillnad om man var online eller offline. Som jag tagit upp tidigare var det många som inte märkte någon skillnad på hur folk behandlar varandra på nätet och också många som tyckte att klimatet blev värre, och de som tyckte det blev bättre var i minoritet.

Det börjar bli ett bättre klimat på internet.	12	13%
Människor börjar behandla varandra bättre.		
Det blir ett råare klimat.	38	42%
Människor behandlar varandra allt sämre.		
Jag märker ingen större skillnad.	41	45%

Och i tillägg till denna fråga var det trots allt få som kände sig utsatta.

Jag är ofta utsatt för påhopp på nätet.	1	1%
Jag är ibland utsatt för påhopp på nätet.	7	8%
Jag är sällan utsatt för påhopp på nätet.	37	41%
Jag är aldrig utsatt för påhopp på nätet.	46	51%

De 8 som sammanlagt kände sig utsatta ibland eller ofta är en för liten grupp för att kunna dra några slutsatser om. De bestod av 5 kvinnor och 3 män i en något högre ålderskategori än genomsnittet av svarande. Åldern var ca 3 år högre än genomsnittet på de andra svarande.

Det är väldigt svårt att få reda på anledningen till att det kan skilja sig så mycket på hur de svarande känner själv och hur de anser att andra blir behandlade. Några har, som visats i de olika delarna ovan, pekat på möjliga anledningar till varför folk faktiskt betar sig illa på nätet i större utsträckning än offline, andra har undrat om det inte kan vara bakomliggande anledningar till att folk *känner* att klimatet blir allt sämre. Andra ställer sig tvekan till att någon förändring alls äger rum, de märker ingen direkt skillnad. De som svarade att de inte märker någon större skillnad är representerade relativt jämt med genomsnittet i både ålder, kön, aktivitet och utsatt-het. Även kommentarerna de skrev var en bra genomsnittsmening av vad de andra svarande också ansåg.

Kommentarerna som de svarande skrev kom som svar på min fråga: ”Vissa undersökningar menar att internet är i en process av självsanering, från dåligt och oönskat beteende. Andra är av motsatt mening och menar att påhopp och trakasserier ökar. Har du några tankar kring detta?” men jag nämnde även att de kunde använda utrymmet för att kommentera någon annan av frågorna.

Problem som uppkommit i efterhand med enkätfrågorna

Något jag var rädd för i och med tidsramen för arbetet var om jag skulle märka i efterhand att jag glömt någon fråga, eller märka att någon fråga var otydlig osv. och att jag inte skulle hinna göra om hela enkätundersökningen. En av dessa farhågor blev verklighet när materialet från online-enkäten analyserades. Jag insåg att jag har tagit för givet att de svarande är potentiella *offer* eller potentiellt *utsatta* för det dåliga beteendet online och inte potentiella *utövare* eller *förövare*. Några av de generella tendenser jag uppmärksammat kan ha kopplingar som jag inte får reda på. Flertalet svarande kände sig inte anonyma på nätet och värnade om sitt beteende på samma sätt som offline, men de flesta var sällan eller aldrig utsatta för någonting av det jag undersökte. Jag vet dock inte om dessa svaranden anser sig själva som deltagande till ett negativt socialt nät klimat eller om de till och med avstår ifrån, men egentligen vill, vara otrevliga och trakasserande på grund av avsaknad av anonymitetskänsla. Det kan mycket väl vara så, då dessa inte känner sig anonyma, att de annars haft ett annat uppförande eller attityd, men det får jag inte reda på då jag inte har någon fråga som behandlar detta uttryckligen. Att de värnar om sitt beteende lika mycket offline som online säger inte att de inte är ”förövare” både online och offline och är nöjda med det.

Ett annat problem var att många av de som fyllt i att de var villiga att delta i en intervju efter enkäten var ifylld sedan inte svarade på de frågor jag skickade. Några svarade och gav mig goda svar, men dessa var endast ett fåtal. Sådana bakslag sätter studien lite i ett vakuum när jag som undersöker blint har litat på att jag har ett större underlag för intervjuer än vad jag i slutändan faktiskt har. Jag testade att på olika sätt kontakta de som jag ville ställa extra frågor till och tänkte att jag kanske skrämt bort de första genom att skicka ett större antal frågor. Men även när jag endast skickade ett fåtal, eller till och med en enda fråga fick jag inget svar. Inte heller i de fall jag bara frågade om den svarande fortfarande var intresserad av att svara på några frågor.

Detta gjorde att jag fick tänka om lite. Eftersom uppsatsen skrivs under tidspress och har kvantitativa och kvalitativa ramar så fick jag tänka om och ”hoppa upp på hästen igen”. Enkätsvaren gav mig det jag ville, i fråga om data, attityder och tolkningar av fenomenen, men för att kunna fördjupa mig mer i det faktiska beteendeklimatet så valde jag att, istället för att fortsätta försöka få intervjuerna gjorda, göra en egen deltagande observation i ett onlinespel. Genom spelet skulle jag kunna testa mina egna hypoteser och också jämföra med de generella tendenser som online-enkäten resulterat i.

4. Fältarbete bland trollkarlar och monster

Ändrade planer

När jag stött på en del problem med mina tänkta intervjupersoner fick jag gå till en annan plan som jag tänkt på och förberett under arbetets gång. I början av 2014 började jag att spela ett onlinespel, League of Legends (LoL). Spelet går ut på att man samlar ihop en grupp spelare, ofta helt utan någon förberedande kontakt eller förkunskap om vem man egentligen spelar med, för att sedan med hjälp av den karaktär man valt och den grupp man hamnat i, vinna över det andra laget. Man spelar oftast fem mot fem, eller ibland tre mot tre och med vapen eller magiska man förgöra det andra laget. Man kan även spela med sina vänner och bygger då ihop ett lag innan matchen börjar och kan spela tillsammans med dem istället för att blint sättas ihop med en grupp. Spelet släpptes 2009 och har nu, fem år senare, ungefär 67 miljoner unika spelare varje månad (Riot Games, 2014).

Det var några år sedan jag senast spelade ett onlinespel och har aldrig riktigt fastnat för något, även om jag spelar mycket andra spel. Min uppfattning var att det mest var folk, speciellt killar, i lägre ålder (10-15) som spelade dessa spel och att nivån på samtal och interaktion var relativt låg i jämförelse med min andra vardagliga kommunikation. Min förutfattade mening var också att nivån på själva spelet var ganska låg och att de som spelade inte brukade så mycket allvar med tanke på strategi och kunskap. Men jag valde ändå att testa spela LoL efter jag sett att spelet var gratis att spela och att jag hört mer och mer om det och att det till och med visades tävlingar i det på TV ibland.

Jag hade även börjat intressera mig mer för fältstudier på nätet och hade börjat planera inför en egen kommande studie, men var lite osäker på var denna skulle utspelas. Kombinationen mellan det nyfunna akademiska intresset och viljan att hitta något kul spel att fördriva tiden med gjorde att jag gick in i spelet med en underliggande antropologisk baktanke.

Inträdet

Som jag ofta gör när jag ställs inför någonting nytt – det kan vara att, som nyligen, tända en grill med tändrör; köpa bil; ansöka om skägget osv – så googlar jag upp någon slags guide, eller sida med nybörjartips. Likaså gjorde jag när jag skulle spela spelet. Jag fick snabbt en grundläggande idé om vad jag ungefär skulle göra. Min rädsla för att ”spela dåligt” och mina föreställningar om ilskna unga män som spelade spelet gjorde att jag först spelade mot datorstyrda fiender för att lära mig i praktiken det jag lärt mig i teorin.

Innan själva spelrundan sätter igång väljer man vilken karaktär man vill spela och under ungefär en minut har man möjlighet att skriva till den grupp man ska spela med i en chatruta. Jag blev snabbt varse att jag inte förstod någonting. Någon skrev ”mid”, följt av någon annan som skrev likadant, varpå en häftig diskussion utbröt om vem som var först och vem som var bäst. Någon annan skrev ”bot” (vilket i min onlinevokabulär är ett skript, ett datorprogram som gör saker automatiskt) och jag tänkte att ”det är nog bäst att vara tyst”. Även när själva spelet hade startat fortsatte tillrättavisningarna från vissa andra spelare om att någon stod på fel ställe, hade valt fel karaktär och utvecklade sin karaktärs färdigheter fel. Så fortsatte det runda efter runda och jag trodde att mina farhågor införlivats. Jag spelade i några dagar men tröttnade ganska snabbt på tonen i samtalen. Av en slump så träffade jag en vän som visade sig spela spelet, och gjort det i några år. Jag berättade hur jag tyckte och han sa direkt att, ”Jaja, men det blir bättre när du kommer upp i högre *level* (ung. erfarenhetsnivå). Det visade sig att spelet är uppbyggt sådant att du, som nybörjare, spelar emot andra nybörjare och att ju mer man lär sig och utvecklas spelar med andra på samma nivå. Min vän berättade också om vokabulären som används och vilka fel jag tydligen gjort i början, och jag fortsatte ändå spela och tog honom på orden.

I LoL, vilket jag inte var van vid ifrån andra spel, så hade alla en given plats på banan beroende på vilken karaktär man valde, eller så valde man karaktär utifrån vilken plats på banan som fanns kvar. Det finns några olika banor och sätt på vilket man spela, men det vanligaste och det som används i tävlingssammanhang kallas ”Classic” och kartan heter ”Summoner’s Rift” (det är huvudsakligen denna jag kommer att behandla om inte något annat nämns). Ordväxlingen ovan om ”mid” betydde att en spelare vill ta hand om den mellersta filen (eng. lane) av de tre som finns på kartan. Detta gör spelaren ensamt. De andra spelarna fördelas då på två stycken ”bot” (*bottom*, i den nedre delen) och två ”top” (i ovankant) eller en ”top” och en i ”jungle”. Fördelningen av var på kartan spelare ville vara föranledde i de flesta fall mer eller mindre bråk. Även de fall där man som spelare gjorde bort sig och inte spelade bra, gjorde en till en måltavla för påhopp och okvädesord.

I en av matcherna jag var med och spelade blev jag så trött på några som betedde sig illa så att jag lämnade spelet utan att spela rundan färdigt. När jag försökte lämna så kom det upp en varning på skärmen om att detta var mot reglerna och att det kunde komma repressalier om jag valde att fortsätta. Jag gjorde det ändå, och tänkte att så kunde väl inte vara fallet. Bara några sekunder efter jag lämnat spelet, fick jag ett email. Det var ett automatiskt utskick ifrån spelföretaget.

Greetings Summoner!

Your account (*****) now has a level 1 Leaver penalty. This is because in your recent games you have either been AFK (away from your keyboard) for an extended period of time or you disconnected from the game. Every summoner contributes to their team's victory or defeat on the Fields of Justice. Those who repeatedly leave games or idle during gameplay hurt their team and the overall experience of all Summoners on the field. [...]

Thank you for your understanding. We wish you the best of luck on the Fields of Justice!

Riot Games Player Support

Min förskräckelse övergick snabbt i en känsla av förundran och positivitet. En del hade hänt sedan jag senast spelade onlinespel. Jag undersökte saken närmare och fann att LoL både hade ett system för att tackla dem som lämnar ett pågående spel men än mer förvånad blev jag över någonting som kallas Hederssystemet och Tribunalen.

En kamp för förbättrat beteende

För att spelare ska få en trevlig upplevelse när de väljer att spela LoL mot och med varandra infördes Hederssystemet. Med systemet kan man dela ut olika hederssymboler till varandra efter en match är färdig. De spelare i ens eget lag kan bli omnämnda som ”hjälpssam”, ”vänlig” eller ”lagspelare”. Motståndarlagets kombattanter kan vinna poäng för att vara en ”hedersam motståndare”. Aggregatet av samlade hedersomnämning visas sedan på ens spelarprofil som är synlig för alla som spelar.

Men hur gör man då med dem som beter sig illa, hotar varandra, skriver okvädesord och förstör för andra? I samma skede som man kan utdela hedersomnämning kan man också rapportera dem som betett sig illa. Man klickar på en symbol bredvid spelarens alias och får välja bland kategorier av ovälkommet beteende och man kan även skriva en kommentar om vad som skett. Dessa rapporter skickas sedan till Tribunalen. Tribunalen består av spelare med en erfarenhetsnivå på över 20 som väljer att frivilligt vara med och analysera och döma i de inkomna fallen. Inför Tribunalen kan en spelare få domen *Punish* eller *Pardon* vilket resulterar i att den anmälda benådas eller döms. Domen kan vara allt ifrån en varning via email till fullständig avstängning i värsta fall vilket resulterar att du aldrig mer får spela spelet alls. Tribunalen baserar sitt utlåtande på olika bevis som samlas in då anmälningar kommer in. Dessa kan vara chattloggar, spelarstatistik och spelarens inventarieobjekt (Riot Games, 2013a).

När jag väl kommit upp en del i erfarenhetsnivå märkte jag att, så länge man höll sig till sin förutbestämda plats, så blev uppförandet bättre och bättre med nästan varje ny nivå. Bråken och påhoppen byttes ut mot tips, artighetsfraser och allmän trevnad. Man har, inte bara i LoL utan i onlinespel överlag, en artighetsfras i början av ett spel som lyder ”glhf” och står för good luck, have fun och en avslutande fras efter en bra match som lyder ”gg”, good game. Även om spelet i sig främst pågår under tystnad, kan man få tillsänt ett ”gj” (good job) eller ”wp” (well played) om man sköter sig bra eller gör något lite extra. Man kan också välja att kommunicera med pingsystemet där man kan ”pinga” på kartan i spelet för att ge enklare kommandon utan att ta sig tid att skriva. De som spelar professionellt och i de fall man spelar med vänner spelar man huvudsakligen med headsetts där man pratar med varandra över spelet och inte behöver skriva alls.

Konsekvent gott uppförande kan resultera i att man får en liten symbol på sin karaktärsbild som visar de andra spelarna att man skött sig bra och är hjälpsam eller en god lagspelare. Annars kan man inte göra någonting speciellt med sina ihopsamlade hedersomnämningar utan de är till för att visa andra sitt, som spelföretaget skriver, ”ongoing commitment to making games better for your fellow summoners” (Riot Games, 2013b).

Man kan även lägga till vänner i en vänlista om det är någon man tyckte speciellt om, eller som spelade speciellt bra eller var trevlig. Dessa kan man sedan gruppera sig med för att spela tillsammans med dem, till skillnad från om man bara spelar själv och blir ihopparad med vem som helst. Under mina månaders spel samlade jag själv på mig ett antal vänner just på grund av deras exemplariska beteende och lagspelande. En kväll träffade jag på en spelare som utmärkte sig genom att vara väldigt trevlig och hjälpte dem som inte var så duktiga, påpekade för de som var otrevliga att det inte hörde hemma i spelet osv. Jag la till spelaren i min vänlista och skrev till honom att det var väldigt uppfriskande att träffa så trevliga spelare och att jag gärna spelade vidare tillsammans. Vi skrev till varandra under 15-20 minuter och jag berättade att jag höll på med en studie om sociala interaktioner på nätet och vi delade med oss av upplevelser och erfarenheter. Spelaren tyckte att systemen som LoL implementerat var väldigt bra och hade gjort det allmänna klimatet i spelet bättre än i andra spel. Vissa var så klart fortfarande otrevliga, men att generellt så var de flesta antingen bara tysta, eller till och med trevliga. Jag blev inbjuden att spela med deras grupp som bestod av spelarens partner, kusin och två andra vänner som kommunicerade med varandra via Skype (onlinetelefoner där man kan prata med flera personer samtidigt). Spelaren berättade att man själv fick ta sitt ansvar för att göra spelandet till en angenäm upplevelse för alla inblandade men att hederssystemet och rapporteringen till Tribunalen hjälpte

till. Spelaren själv tyckte att man skulle ta sitt ansvar och hedra dem som betedde sig på ett bra sätt och använda rapporteringssystemet när man tyckte att så passade. De hjälpte alla till med att ge mig tips för hur jag kunde spela och fortsätta utveckla min karaktär.

En annan spelare som jag mötte var inte riktigt lika imponerad av vad hederssystemet och Tribunalen bidragit med, men såg ändå en viss användning.

Tribunalen har inte gjort mycket nytta. Det som det tillför är väl att flera i en grupp kan hjälpa till att stoppa folk som missbrukar spelet, men med tanke på att spelet är gratis att spela så skapar dessa folk bara nya konton. De som har köpt massa grejer på deras konton är ju mer benägna att skärpa sig eftersom de har mer att förlora, så ju högre man kommer eller köper, desto bättre sköter folk sig.

Jag förstår vad ovan talare menar, men undrar ändå om detta inte leder till nytta. Man kan absolut skapa ett nytt konto om det är så att man inte sparat ihop en anseelig mängd IP eller köpt RP som man då förlorar (RP och IP förklaras vidare i nästan kapitel). Jag kopplade också direkt uttalandet till mina egna observationer gällande att beteendet blev bättre och bättre ju högre upp i erfarenhetsnivå jag kom. Spelarna har någonting att förlora. Man har jobbat upp ett anseende, ett namn, kanske en grupptillhörighet och inte minst lagt tid och kanske pengar på att utveckla sin karaktär. Detta vill man inte ha ogjort och får därför sälla sig till den accepterade normen; tyst eller trevlig.

Tom Boellstorff skriver ungefär detsamma om Second Life, att det finns de som medvetet går in för att förstöra för andra genom det som kallas ”griefing”. Boellstorff intervjuade en självutnämnd griefer i SL och menar att mycket av detta beteende handlar till viss del om lek (eng. play), men att motivationen för griefing kan vara allt ifrån leda eller att man testat tjänstens ramar, till maktutövande och att få något slags anseende (Boellstorff, 2008, p. 194). Men författaren tar även upp hur detta avvikande beteende alltid måste finnas i symbios med någon slags uppförandekod. Det handlar då både om en formell uppförandekod, dvs. något användaravtal som användare måste gå med på, och en informell uppförandekod som tillfaller den mesta av all social interaktion (Boellstorff, 2008, p. 195). Precis som Boellstorff beskriver har man så gott som samma taktiker för att minska både griefing, flaming och trolling i både SL och LoL. Det ena sättet är då den formella uppförandekoden som bestäms av spelföretaget. I LoL har jag beskrivit Tribunalens roll och hederssystemet, men den informella koden lär jag mig för varje gång jag beträder spelet. Min nyinförskaffade Skype-vän berättar för mig, då jag blir utsatt för en flamer, att man helt enkelt brukar ”mutea” personer som betar sig illa. Mutea innebär att man i den lilla chattdelen av spelet kan välja att inte se personers text, man tystar helt enkelt ner

denne. Min vän hade inte gjort det denna gång för att kunna försvara mig emot min antagonist. Ju fler jag pratade med desto mer märkte jag att detta var normen. När någon betedde sig illa, sa man ifrån och bad personen skärpa sig och sluta med påhopp, och om det inte hjälpte så muteade man personen. Vissa berättade även att det fanns ett kommando för att mutea alla redan vid start och att detta inte var helt ovanligt. I de fall man gjorde detta så förlitade man sig på att kommunicera med pingsystemet jag nämnt tidigare – när man gav korta, enklare kommandon genom att klicka på kartan. I de fall man försökte tala andra till rätta så brukade man även rapportera denne i efterhand, emedan de som helt enkelt tystade ner alla från start inte verkade ha lika stor tillit till rapporteringssystemet och helt enkelt spelade spelet i tystnad och rapporterade heller inte dåligt beteende då de inte märkte av det i samma utsträckning.

Men... datorspel är väl inte så stort?

I League of Legends skapar spelarna ett konto som kopplas till en emailadress där man får verifiera att man inte är ett skript som försöker skapa konton. Samtidigt skapar man ett alias som kommer att vara ens profilnamn och visningsnamn när man spelar med andra, eller när någon försöker hitta en för att spela tillsammans. Man kan även lägga till betalningsalternativ för hur man vill att transaktioner ska gå till, i de fall man vill göra transaktioner. Spelet i sig är helt gratis att spela, men vissa funktioner kostar pengar att använda. Dessa funktioner är inte avgörande för själva spelandet. Jag fick själv köpa, så kallade, Riot Points (RP) då jag registrerat mig på en annan server än den mina vänner spelade på, och för att byta server så kostade det några tior. Även i de fall man vill byta alias på sitt konto så är det en funktion du bara kan göra medelst RP som kostar ”riktiga” pengar. Under tiden man spelar så samlar man även Influence Points (IP) som man också kan ”köpa” vissa saker i spelet för, men dessa är alltså endast intjänade av spelandet och kan inte köpas för pengar. RP och IP är alltså valutan i själva spelet.

Det är tydligt att spelet har en stark koppling till den sociala aspekten av spelandet då det som gör att spelföretaget tjänar pengar på ett ”gratis spel” till stor del handlar om att kunna spela med dem man vill och att kunna ändra sitt namn, om man till exempel börjar spela med en grupp som vill särskilja sig ifrån mängden och skaffa enhetliga namn. Nu har spelet nått den magnitud att det klassas som en e-sport och därmed finns nu även en mängd andra inkomstkällor för spelföretaget, bortsett från köp i spelet som t.ex. reklamintäkter och sponsoravtal.

Men man kan undra hur stort det egentligen är med datorspel. Jag kommer ihåg hur man i tonåren knappt ville säga att man spelade datorspel för att det var töntigt. Snabbt märkte jag dock att de flesta av mina kompisar spelade, och lite så är det fortfarande. Jag hade en tanke om att

man växte ifrån datorspelet, men så verkar inte riktigt vara fallet. Samma rädsla som fanns i tonåren har hängt med lite undermedvetet även upp i högre ålder. Dock så har jag märkt bara den senaste tiden att datorspelet inte är något ovanligt bland folk i högre ålder, eller något som bara unga killar gör. Många av mina kompisar spelar datorspel, och det visste jag inte ens om innan jag började med detta arbete. Folk som jag träffar på jobbet berättar snabbt att de spelar än det ena än det andra spelet. Den grupp som jag spelade med, och pratade med över Skype, blev snabbt en ny liten umgängeskrets för mig. När tillfälle gavs satt vi alla fyra över internet med hörlurar i öronen och pratade och spelade tillsammans i flera timmar. Alla var över 30 år gamla, högutbildade och hade spelat datorspel större delen av sina liv. Som ofta så övergick spelpratet snart i allmänt småprat och vi alla delade med oss av vardagsupplevelser och annat. Spelandet blev mer eller mindre sekundärt och det var mer av en sysselsättning som bara förenade oss i just den tiden och platsen vi var där och då för att sedan prata om skola, arbete och andra vardagliga bestyr.

En annan ny upplevelse för mig var hur datorspelet även har blivit en underhållningsform för dem som inte spelar själva. E-Sportens inträde har varit massivt under de senaste åren. Matcher sänds dagligen i en mängd olika spel och lockar till sig miljontals åskådare varje dag. Nyligen så kom en undersökning ut som gjorts av Qwilt som visar att 71 miljoner människor jorden runt tittade på E-Sport förra året. I samma undersökning visar de att streamingsiten Twitch, som sänder E-Sportevenemang, numera är världens största site för livesändningar (Qwilt, 2014). Detta gäller alltså inte bara livesänd E-Sport, utan all livesänd video överhuvudtaget. 45 miljoner unika besökare per månad år 2013 är en ökning med 25 miljoner på bara ett år.

Granskning i Tribunalen

Under mitt arbetes gång försökte jag logga in i Tribunalen för att delta och ge mitt första utlåtande. Till min förvåning så tog det åtskilliga veckor för Tribunalen att anskaffa sig ett tillräckligt underlag för att lägga ut fall för åskådan. Under denna tid möttes jag bara av en text som förklarade att det inte fanns tillräckligt många fall för kontroll. Jag vet inte hur det har sett ut tidigare och kan heller inte få reda på det, men det finns två möjliga scenarier. Antingen så uppkommer inte tillräckligt många fall av dåligt beteende, vilket gör att folk inte rapporterar, eller så rapporterar användarna inte det dåliga beteendet i den utsträckning som behövs för att Tribunalen ska kunna offentliggöra dem. Själva rapporteringen verkar förekomma, då jag märker av att i de fall någon betar sig illa i spelet så finns nästan alltid en konsensus i laget om att rapportera antagonisten. När jag frågar dem som spelat längre än vad jag själv gjort, menar de

att de själva är förundrade över varför inte fler fall kommit upp senaste tiden. De berättar att de själva deltagit många gånger och att ett såhär långt uppehåll är ovanligt.

Till slut hittade jag dock i Tribunalen tidigare granskningar som gjorts och dessa kunde studeras och domsluten låg synliga. Jag kunde också se vilka av spelarna som rapporterat (inte alias, utan endast vilken karaktär de spelade) och vilken karaktär den rapporterade spelade och all skriftlig kommunikation dem emellan. Det stod även vad domen hade blivit och i vilken majoritet den röstats igenom. Fallen var ganska likartade och i mitt eget tycke handlade det mest om någon som helt enkelt bara var oförsämnd och min erfarenhet från onlinespel tidigare var att såhär var klimatet ofta. Någon blir arg för att det går dåligt, eller för att någon inte gör som någon annan vill och det resulterar i okvädesord som tagna ur en borstbindares mun. De som håller på såhär kallas ofta, i internetterminologi, för ”flamers”. Mer ofta än sällan kan man misstänka att dessa personer inte med full seriositet betar sig dåligt, utan de tycker på något sätt att det är kul att trakassera andra och vill ha något gensvar för att fortsätta. I en av de granskningar jag läste fanns fem spelade matcher med, där en och samma person rapporterats i alla fem matcherna. Loggarna visar hur personen klagar på sina medspelare och motspelare, slänger ur sig rasistiska påhopp och helt enkelt betar sig illa och förstör för de andra. I loggarna kommer också fram att personen blivit avstängd tidigare och inte bryr sig om ifall det händer igen. Tribunalens dom blir att stänga av spelaren helt och hållet. Man kan inte läsa någon motivering, utan som medlem i Tribunalen klickar man endast på ”tumme upp” eller ”tumme ner” och sedan är det upp till spelföretaget att bestämma straffet.

5. Hur tolkar jag detta? - Analys av materialet

Vissa delar av enkätsvaren är mer eller mindre enhälliga och kan med stor sannolikhet överföras i ett större sammanhang, alltså på en större grupp än de ca 90 svarande men syftet med enkäten är inte sådan. Att hitta bevis för generella teorier och hypoteser ligger inte i arbetets natur och jag vill, som tidigare nämnt, finna förståelse bland ett utvalt antal och hur deras attityder är gentemot de fenomen som jag själv anser mig stöta på. Jag kommer också att väva ihop de fynd jag gjort med hjälp av online-enkäten med de observationer jag gjort i spelet LoL för att se om tendenserna som lyfts fram i den förstnämnda kan appliceras och identifieras i det sistnämnda.

Är det anonymitetens fel?

Enligt svaren i online-enkäten så känner de flesta sig inte anonyma när de använder internet i vardagen, samtidigt som en majoritet värnar om en viss anonymitet beroende på vilka tjänster eller sidor de besöker. Den man huvudsakligen menar att anonymiteten riktas emot är de andra användarna. I online-enkäten var det just den beskrivningen av vad begreppet anonymitet betydde som fick flest medhåll, även om andra alternativ också hölls med om till stor del. Den övergripande likheten mellan de svarandes kommentarer är att anonymitet kopplas ihop med en slags osynlighet gentemot andra användare.

Ordet anonym betyder *utan namn*. I en artikel i *The Southern Journal of Philosophy*, undersöker Julie Ponesse begreppet anonymitet och menar att den ursprungliga översättningen inte helt håller måttet. Ponesse menar att namnlösheten håller som beskrivning om namnet används som enda identifikator av den som bär namnet. Enligt Ponesse finns det många fler faktorer som kan koppla en människa till en viss identitet och det är just då dessa faktorer tas bort ifrån människan som riktig anonymitet uppstår (Ponesse, 2013). Detta kan vi koppla till den upplevda anonymiteten i sociala interaktioner på nätet. Många svarande lyfte upp hur fenomenet skiljer sig mellan de tjänster eller sidor som har en uttalad ställning emot anonymitet, så som Facebook eller Google+, där man faktiskt bryter mot användarvillkoren om man hittar på ett namn etc. I andra ringhörnan stod de tjänster eller sidor där man inte behöver koppla sig till någon slags identifikatorer, såsom, ens namn, vänkrets, telefonnummer eller e-postadress. Det är just vänkretsen som verkar vara den starkaste identifikatorn i de sociala nätverken och tjänsterna. Detta kommer inte som en överraskning då tjänsterna är uppbyggda på att man ska kunna interagera med sina vänner, och då måste man vara säker på att personen är den denne utger sig för att vara. Det som kan vara ouppmärksammat är att det har blivit ett större tryck på att ha någon slags

koppling till en identifikator även i andra sammanhang än de rent sociala. 65 % av de som svarade på enkäten hade någon gång kopplat ett konto som innehåller identifikatorer till en annan tjänst emot sin vilja. Vi såg också hur exempelvis tidningen Aftonbladet kopplat sin kommentarsfunktion till Facebook och de själva skriver:

Alla med en Facebook-profil kan diskutera på Aftonbladet. Helt fritt fram är det dock inte [...] Vi tillåter inte kränkande uttalanden om grupper av människor, eller om individer, oavsett om det gäller personer som nämns i texten, skribenter eller andra deltagare i diskussionen. Kritiska synpunkter är självklart tillåtna, men kritiken ska handla om sakfrågan, inte vara personliga angrepp på andra (Aftonbladet, 2011).

På samma sida kan vi läsa vad som händer om man skulle bryta mot dessa regler, och man kan bli lite förvånad när ingenting pekar på att Aftonbladet faktiskt anmäler dessa egentliga lagbrott. De hotar istället med att inlägget tas bort och upprepade regelöverträdelser kan resultera i att den som kommenterar blir avstängd från att kommentera i fortsättningen. En annan aspekt av det hela är att de som inte har ett Facebook-konto inte kan göra sina röster hörda i dessa kommentarsfält. Precis som att man utan pass inte kan flyga till andra länder, för då vet flygbolaget inte vem som är ombord.

Det var inte många som tog upp anonymitet som någonting positivt, utan i nästan alla fall sågs det som en direkt orsak till dåligt beteende. När vi sitter bakom en skärm vågar vi mer, när vi inte ser den vi kommunicerar med så verkar vi ha svårt att förstå att denne är en människa av kött och blod och som inte vill bli illa behandlad. Men forskningen säger olika saker. De studier som är relevanta för mitt arbete är, som nämnt tidigare, väldigt riktade mot nätmobbning. Det måste dras en skiljelinje emellan nätmobbning och generellt dåligt uppförande, men de delar som rör anonymiteten och frekvensen av nätmobbning kan hjälpa till att sprida en del ljus på fenomenet om anonymitet och frekvensen av dåligt uppförande även om det inte handlar om just nätmobbning. I Dan Olweus artikel *”Cyberbullying: An overrated phenomenon?”* belyser författaren genom en omfattande studie, bland över 400 000 unga i USA och Norge, hur uppkomsten av nya medel med vilka man kan mobba andra, alltså de nätbundna, inte har genererat någon direkt ökning av varken offer eller förövare. Olweus jämför nätmobbningen med den ”traditionella” mobbningen och påvisar att de som utsätts för nätmobbning även utsätts för den traditionella mobbningen, i form av slag och sparkar, ryktesspridning, utfrysning osv. Olweus skriver att media trissat upp och överdrivit fenomenet och att de empiriska studierna inte alls visar medias bild (Olweus, 2012). I Christopher P. Barletts studie, framförd i *”Anonymously Hurting Others Online: The Effect of Anonymity on Cyberbullying Frequency”*, visas bilden

upp över hur nätmobbning troligtvis kommer att öka (Barlett, 2013, p. 6). Ökningen härleder Barlett till att individer lär sig att nätmobbning är anonymt och att de negativa konsekvenserna för mobbaren är ovanliga. Avsaknaden av negativa konsekvenser för mobbaren leder i sin tur till ökad anonymitetskänsla.

De två studierna ovan presenterar fynd som inte i sig är ömsesidigt uteslutande, men förorsakar ändå en del frågor och funderingar. Dels delar författarna av de två artiklarna inte samma syn på omfattningen av nätmobbning och dels verkar de undersöka olika fenomen. Olweus är väldigt tydlig med att mobbningen som sådan är densamma, vare sig det handlar om mobbning på nätet eller annorstädes och definierar begreppet, medan Barlett inte gör någon tydlig distinktion gällande vad nätmobbningen innefattar och vad den inte innefattar. I samma stund så ger sig Barlett inte i kast med att avgöra nätmobbningens vara eller icke vara, utan undersöker underliggande faktorer till uppkomst. En tydlig underliggande faktor till just nätmobbning som Barlett presenterar är den upplevda anonymiteten. Olweus i sin tur benämner inte anonymitet som någon faktor för undersökning, men visar ju samtidigt att nätmobbningen inte är särskilt utbredd i jämförelse med traditionell mobbning, och att det är samma individer som dels utsätts och dels utsätter. Om de, i Olweus studie, som utsätter andra för traditionell mobbning gör detta med en upplevd känsla av anonymitet vet vi ej, men antagandet bör vara att så inte är fallet. Det verkar vara ett disigt område där mer forskning behövs, och skulle jag vetat att så mycket skulle röra vid anonymiteten när jag satte igång med arbetet så skulle jag nog konstruerat mina frågeställningar och metoder annorlunda.

I de svar jag faktiskt fått in, och som jag kan härleda till en diskussion om anonymitetens roll som bakomliggande faktor för dåligt beteende på nätet, visar ett slags allmänt tycke om att anonymiteten är just detta. En majoritet av de som svarade på enkäten upplever att i de fall där anonymiteten stryps åt, eller där identifikatorer är nära till hands, får man en minskad uppkomst av oönskat, eller dåligt beteende till följd. De tjänster som inte är kopplade till identifikatorer, och därför anses som mer anonyma, upplevs innehålla mer dåligt beteende. Så om vi tittar på både Olweus och Barletts studier så kan vi inte vederlägga någon av dessa med data från mina informanter. Barlett hade menat att de som svarade i enkäten inte upplever sig påhoppade eftersom de då rör sig i miljöer där människor inte anser sig anonyma, såsom Facebook, Twitter eller liknande. Med datan från enkäten skulle vi också kunna dra slutsatsen att de svarande inte heller medverkar till ett dåligt beteende på nätet. Detta på grund av att de inte anser sig anonyma, och därför i mindre utsträckning skulle utsätta andra för påhopp. I Olweus spår hade vikten kanske lagts vid medias roll angående hur det upplevda beteendet på nätet utvecklats.

Han hade också sett att många inte ansåg sig påhoppade och kanske menat att de som är påhoppade på nätet även hade ansett sig påhoppade i samma utsträckning offline, men den parallellen är långväga och omöjlig att dra ur den presenterade datan. Det vi dock kan antyda är att anonymiteten verkar ha ett finger med i spelet för hur beteendet online artar sig och att Barletts teorier verkar ha genomslag i hur den allmänna tankegången också går.

Företaget som tillhandahåller tjänsten Disqus – en tjänst där du skapar ett konto för att sedan kunna kommentera på de sidor som har kopplat sig till Disqus kommentarstjänst – frågade sig själva om det var så att de själva hade några belägg för att anonymitet lockar fram dåligt beteende. På Disqus kan man välja att skapa ett eget konto, med ett alias; vara anonym; eller använda sig av sitt Facebooklogin, alltså sitt riktiga namn. I undersökningen visas att de som använde sig av alias hade en högre kvalitet på sina kommentarer än både de anonyma och de med riktiga namn (Sonderman, 2012). Med ”högre kvalitet” menades här att kommentaren fick fler bra markeringar och svar, och dåliga kommentarer var de som blev markerade, anmälda och borttagna. Mer omfattande akademisk forskning går dock i motsättning till detta fynd och menar, i den undersökta miljön som här var kommentarsfält på nyhetssidor, att anonyma och pseudonyma identiteter hade en större prevalens av dåligt beteende och kränkande språk (Acquisti, 2014).

Det var inte vanligt att man i enkäten talade om anonymitet gentemot någon annan än de andra användarna. Många nämnde, i enkätfrågan om vad anonymitet på nätet innebar för dem, en koppling till anonymitet mot myndigheter eller de som tillhandahöll tjänsten, men kommentarerna behandlade inte detta alls. Man verkar generellt helt OK med att behöva rätta sig efter reglerna som tjänsterna kräver utan något större ifrågasättande. Om vi tar spelet LoL som exempel så berättade en av mina informanter om hur spelare helt enkelt blir tvingade att acceptera avstängningar, men i samma stund skapar ett nytt konto och fortsätter på samma bana. Informanten menade att man då istället inte lägger t.ex. pengar på sitt konto, utan fortsätter i samma hjulspår och vid avstängning sedan skapar nya konton. Likadant var det på tidningen Aftonbladets kommentarstjänst där man, vid missbruk av reglerna kunde stängas av helt och hållet och alltså inte göra sin röst hörd. Skillnaden mellan tidningens kommentarstjänst och spelet var att du inte helt enkelt kan skapa en ny Facebookprofil, vilket skulle behövas då kommentarsfunktionen var kopplad till just denna profil. Facebook i sin tur gjorde till sin uppgift att säkerställa att en användares profil var ”riktig”.

Det är inte så enkelt som att besvara frågan i kapitlets rubrik med ett ja eller ett nej. Både forskning, de informanter jag talat med och företagen som tillhandahåller tjänsterna vi använder

lägger tydlig vikt vid anonymitetens roll i beteendet online. Forskningen är oense om vad anonymiteten gör. Viss forskning som jag tidigare visat drar raka, skarpa linjer mellan anonymitet och dåligt beteende, medan annan inte tycks göra det och en tredje som påvisar både mer positiv kommunikation och negativ kommunikation som föranleds av anonymitet. Långt ifrån alla anonyma användare på internet är otrevliga och sprider dålig stämning så någon allomfattande tendens kan inte påvisas och starka bevis kan inte hittas till att det faktiskt är anonymiteten ensam som är boven i det dåliga beteendet som kan ses på nätet. Men att aktörerna på nätet ser minskandet av anonymitet som ett steg i att minska det dåliga beteendet är tydligt.

Vilka medel används för avanonymisering?

Efter en diskussion och presentation av anonymitetens roll i beteendeutvecklingen i diverse onlinemiljöer ska vi nu titta närmare på hur internet skulle kunna avanonymiseras och hur aktörer faktiskt gör för att kunna vinnlägga, både sig själva och dig om att den du interagerar med faktiskt är den som den utger sig för att vara. Vill användarna och tjänsteföretagen avanonymisera nätet? I de fall man inte använder sina riktiga namn, utan alias eller liknande, behövs också identifikatorer för att säkerställa en mängd olika parametrar.

Det blir tydligt att företagen har en stor vilja att identifiera sina användare. Dels så handlar mycket om att betalningar inte kan göras över nätet utan en stor dos tillförlitlighet till vem man handlar med och dels handlar det om att många av de som tillhandahåller gratistjänster på nätet tjänar en stor del pengar på riktad reklam till användarna. Googles siffror gällande inkomster visar att ca 50 miljarder dollar av den totala siffran av inkomster på ca 55 miljarder dollar (alltså över 90 %) år 2013 kommer från reklam (Google, 2014c). Det är alltså av yttersta vikt för Google, och andra liknande företag, att kunna garantera en stor träffsäkerhet vad gäller identifikation av användare och användarnas intressen och behov. Denna garanti kommer inte ifrån att man har ett internet där alla går runt maskerade och inte heller mindre ett internet som inte är en gemytlig plats att vistas på. Drar man en parallell till offlinesituationer så har man väktare på köpcentrum och andra offentliga platser just för att upprätthålla en viss miljö och ett visst beteende som är generellt accepterat och får besökare/användare att inte behöva undra och vara rädda om sin säkerhet.

Utav de mest växande funktionerna för identifiering är just nu är, det jag talat om tidigare, när man kopplar ett befintligt konto till ett annat konto, så att man alltså kan logga in på en mängd andra tredjepartstjänster eller sidor med en och samma profilinformation. Det engelska ordet för denna funktion är *social logins* och jag kommer hädanefter referera till detta, helt enkelt,

som sociala login. Tekniksidan techcrunch.com kom nyligen ut med ett resultat om hur läget ser ut med dessa sociala login och vilka olika onlinetjänster som ligger i täten. Anledningen till artikeln var att Facebook nu står för över hälften av de sociala login som pågår i USA (Lardinois, 2014). I samma artikel kan vi läsa att läget i Europa ser liknande ut, men att Facebook där har en ännu större andel, nästan 60 % av alla sociala login.

Omfattningen av sociala login har ökat lavinartat de senaste åren. Från maj 2010 till samma månad 2011 hade sidor som använder sig av Facebooks sociala login ökat med 300 % på internetns 10 000 mest besökta sidor (Kontaxis, et al., 2012, p. 322). Det betyder att 15 % av de 10 000 mest besökta sidorna använder sig av detta. Ökningen till och med mars 2014 var att ungefär 30 % av dessa sidor använder sociala login. Av 100 000 av de mest besökta sidorna var siffran 2014 på 20 % och av 1 000 000 av sidorna var siffran nästan 15 % (BuiltWith, 2014).

Man kan snabbt få en förståelse för varför sociala login tar mark. Istället för att ha en massa olika inloggningsinformation till alla de tjänster eller sidor man använder dagligen så har man istället ett och samma inlogg till alla. Men vilka biverkningar har denna mirakelkur som låter oss slippa att komma ihåg otaliga lösenord och användarnamn? Georgios Kontaxis, Michalis Polychronakis och Evangelos P. Markatos publicerade 2012 en artikel i *International Journal of Information Security* som tar upp några av dessa svar. Först och främst görs det tydligt att man har alltid, som användare, ett eget val. Man får upp en dialogruta som frågar om tredjepartstjänsten får tillgång till en lista av information. Vill man inte gå med på att ge dessa tillstånd till tjänsten kan man välja detta. I sådana fall kan man inte heller använda tjänsten. Alla tjänster som använder Facebooks sociala login frågar automatiskt om ens grundläggande information (basic info) (Facebook, 2014c). Denna grundläggande information är allt som är publikt på användarens Facebookprofil och kan alltså skilja mellan olika inställningar. Man kan som användare välja att inte dela sin profil publikt, men delar då med sig den minimala informationen som består av bland annat förnamn, efternamn, ålder, kön, var du befinner dig och din vänlista (Facebook, 2014c). Redan här anar Kontaxis et. al. oråd och menar på att detta underminerar det anonyma internetanvändandet och menar att anledningen till att tredjepartstjänster vill komma åt denna information är allt för knapphändig. De menar också att ett problem ligger i att ju fler tjänster som använder sociala login, desto mindre koll har användaren på vilka aktörer som innehar personlig information om dem. Ju fler som sedan har tillgång till informationen leder i sin tur till en ökad risk för att någon utomstående ska få händerna på den, t.ex. hackare (Kontaxis, et al., 2012, p. 322). I de fall tredjepartstjänsten ber om tillstånd för att få utökad tillgång till användarens konto finns egentligen inga gränser för vilken information de kan

komma åt – chatkonversationer, inkorgen, bilder, inloggningshistorik osv. är inte utom räckhåll, bara de ber om det.

Det verkar alltså vara, både för företagen och användarna, den enskilt största garanten för ett bättre beteendeklimat att kunna koppla en identitet till en onlineprofil. De svarande i online-enkäten ser anonymitet på nätet som något som föranleder dåligt beteende och företagen kan anses gå i samma bana då de med hjälp av identifikatorer kan se vem som betar sig på ett oönskat sätt och sedan tysta ner dessa genom att t.ex. ta bort deras röst ifrån ett kommentarsfält eller hindra dem från att spela ett spel.

För att gå ifrån företagen och titta på vikten för den enskilde användaren att veta vem som är vem, är de sociala medierna som miljö i framkant. Kommunikation och interaktion utan att se varandra genererar ju ofrånkomligt en del frågetecken. Jag hade själv inte talat med folk på nätet om jag inte till stor del visste vilka de var. Vissa situationer är såklart annorlunda, men en stor del av kommunikationen är riktad till just den specifika mottagaren, och är inte till för att flyta ut i ett publikt rum för allmän beskådan. Och för att kunna veta att man kommunicerar med den som man ämnar att kommunicera med så förflyttas vi direkt till själva inloggningen igen. Vi måste känna igen avsändaren av texten som skrivs till oss för att ta den för sann. Om det kommer ett mail från en adress som jag inte känner igen så kommer jag inte att ta den för riktig. Med hjälp av identifikatorer som vänlistor, tidigare kommunikation, telefonnummer kan vi som användare få hjälp i identifieringen av den som kommunicerar med oss. På grund av denna osäkerhet tackar vi ja till den identifiering som tjänsterna kräver av oss. Om vi själva blir identifierade och kopplade till någon slags identifikator så kan andra också bli det, vilket ger båda ett ömsesidigt förtroende när det kommer till att sköta kommunikation på nätet.

Utvecklingen av smartphones har, som säkert alla märkt, gått framåt med stormsteg under de senaste åren. Operativsystemet Android är en av de stora aktörerna och tillhör Google. Något av det första man som användare blir mött av när man skaffat en Androidtelefon är frågan om man vill logga in på sitt Googlekonto. Vill man inte det så har man en telefon som inte fungerar till mycket annat än att ringa med, och då försvinner lite av meningen att ha en smartphone. Inloggningen till Googlekontot gör att du blir identifierad i alla fall till en e-postadress och såklart ett telefonnummer. Men det slutar inte där. För många av tjänsterna som telefonen erbjuder måste du även koppla dig till ditt Google+konto, vilket liknar ett Facebookkonto, där du har namn, vänlistor, sysselsättning m.m. Telefonen frågar även snabbt om du vill använda plats-tjänster och i tillägg till detta så kommer varje applikation som laddas ner på telefonen kräva olika sorters behörighet att läsa av vad du har på telefonen osv.

Jag blev själv varse hur mycket Google vet om mig när telefonen plötsligt frågar om jag vill veta resalternativ till Lunds Universitet. Detta var en dag då jag hade föreläsning, vilket vid tillfället var ungefär en dag i veckan. Telefonen visste att jag brukade ta tåget till Lund just denna veckodag och ville att min resa skulle bli enklare. Jag började undersöka saken lite noggrannare och hittade att Google sparar, synligt för mig på mitt konto, en GPS-rutt för varje dag det senaste året. Jag (och Google) kan läsa av exakt var jag har rört mig under den senaste tiden på grund av att min telefon har en GPS-sändare inbyggt, och att telefonen hela tiden är i min ficka. Google har även tillåtelse, från mig och alla andra av sina användare, att läsa igenom mailkonversationer, sms, sökhistorik i webbläsaren osv. Med mailkonversationer och annan kommunikation kan Google sedan få reda på mina specifika intresse eller om jag är i köpastan- kar och lägga upp reklam för passande produkter på de sidor jag ofta besöker.

Att döpa sig själv

Till skillnad från många av de sociala medierna och de tjänster som inriktar sig primärt på kommunikation mellan människor fick vi se hur människor namnger sig själv. Enligt enkätsva- ren så var det vanligaste sättet att använda sig av namn som identifikator, att hitta på ett alias och oftast hålla sig till det. Det var få som alltid använde samma alias, vilket kan vara förståeligt då det inte är tillåtet på några av sidorna och tjänsterna att göra just detta. Som en av mina intervjupersoner berättar så handlar det för denne om att ”bygga upp ett namn för sig själv” och att hitta ett mer unikt namn än ens vanliga namn, som ofta innehas av många fler. Med ett sådant alias försöker man alltså att utmärka sig ifrån mängden, och utmärka sig inför de människor man kanske träffar på en frekvent basis i onlinesituationer där namn, bild, vänkrets osv. inte är synlig. En vanlig sådan situation där online-alias är viktiga är t.ex. i spelvärlden. Men även om man alltså använder alias gentemot andra användare så har de flesta tjänsteföretagen krav på att veta din e-postadress och i vissa fall betalningsinformation, vilket leder direkt till dig som per- son. De alias som användare väljer är till för att man ska utmärka sig och bli igenkänd och ihågkommen, vilket då leder till att det man gör online, med sitt alias, påverkar hur andra an- vändare tänker om en. Detta ger implikationer på att, för att inte behöva ge upp sitt alias, bör man uppföra sig enligt både de regler som de som tillhandahåller tjänsten sätter upp och även de andra som använder tjänsten.

Namnet man ger sig själv – i de fall man använder alias – blir den identifikator som används gentemot andra i samma miljö. I och med att namnet är kopplat till det du företar dig i miljön så ställs ett visst krav på konsekvens i beteendet. Om vi tittar på hur det såg ut i LoL, så var de som hade använt samma namn en längre tid mer benägna att hålla sig till både den formella

uppförandekoden och den informella. De som bröt mot den ena eller den andra kunde bli straffade på så vis att även deras namn var tvungna att bytas. Vilde man göra ett namn för sig själv så fick man acceptera att vissa regler skulle följas.

Autenticitet och anonymitet – oblandbart?

I sluttampen av detta arbetes gång så kommer framtiden och knackar på dörren. En av mina förningar om framtiden är redan, till viss del, här och jag får acceptera att jag inte hunnit få på pränt det jag förutsett under arbetet. Identitetsfrågorna på nätet har inte sällan hamnat i något som kan liknas vid ett limbo emellan autenticitet och anonymitet. Dessa två begrepp har verkat helt och hållet oblandbara, så som om man försöker blanda olja och vatten i samma behållare. Man har antingen fått acceptera att vissa tjänster inte kan användas om man värnar om att behålla anonymitet gentemot företag, andra användare eller andra tjänsteleverantörer; eller så har man fått acceptera att det är väldigt viktigt att man är identifierbar, vilket leder till autenticitet, gentemot den man ämnas identifieras.

Den 30 april 2014, annonserar Facebook (Facebook, 2014d) en del förändringar i sitt sociala login. Användare kan numera själva välja vilka rättigheter en applikation eller annan tjänst ska få, att anskaffa information om användarens Facebookprofil. Tidigare, som jag nämnt, hade användaren ingen egen kontroll över vad som delades med tredjepartstjänsten, man fick acceptera eller avfärda tjänsten i sin helhet och de rättigheter den krävde. Det nya blir att man fortfarande kan åtnjuta komforten med att logga in med ett och samma konto (Facebook-kontot) på en mängd olika tjänster och sidor, men man får som användare en lista av rättighetsförfrågningar där man kan välja vilken information man känner sig bekväm i att dela med sig till sidan eller tjänsten.

Det nya sätt på vilket Facebook hanterar valfriheten i sociala login är inte något revolutionerande och är inte heller den stora nyheten som jag förutspått. På samma stora utvecklar konferens annonserades också att Facebook nu ska tillhandahålla det som de kallar Anonymous Login (Facebook, 2014d). Användare kommer nu alltså, som namnet kanske antyder, kunna använda sitt sociala login via Facebook, men samtidigt välja att vara ”anonym”. Ordet anonym hamnar inom citationstecken, därför att begreppet anonym inte används helt rätt i detta fall. Men hur som helst så använder Facebook ordet anonym för sitt nya inloggningssätt. Både denna inloggning och den nya i ovan stycke är just nu i ett teststadium och inte helt implementerat till allmänheten, men kommer ut inom en snar framtid. Den anonyma inloggningen innebär att (för tillfället bara utvecklare av applikationer) kan logga in med sin sociala profil och välja att tredje-

partstjänsten inte får någon som helst information om användaren. Facebook vet fortfarande vem som loggar in var, men inte tredje part. Än så länge är detta inte något världsomvälvande, men utvecklas tjänsten vidare så kan det bli så. Bara att världens största sociala mediasite väljer att gå användarnas vilja till mötes vittnar om en förändrad attityd mot identitetsaspekter på nätet. Väljer sedan Facebook att implementera detta till en bredare publik än bara till utvecklare av ny programvara har vi något helt nytt.

Min föreställning har länge varit att vi måste ha ett sätt att kunna identifiera oss på nätet, och på alla olika tjänster, sidor och program vi använder där. Facebook, och möjligtvis till viss del Google har tagit denna plats, som innehavare av våra identifikatorer på nätet. Vår Facebook-profil har blivit vårt pass när vi reser runt i världen på internet. Enkelheten med att inte behöva memorera otaliga användarnamn och lösenord är alltför lockande för att vi som användare inte ska bortse från de biverkningar detta kan medföra. Vårt pass offline är inte utfärdat av ett vinstdrivande, multinationellt, multimiljardföretag. Våra samtal med vänner, våra intressen, våra fotoalbum och kärleksbrev ligger inte, offline, i händerna på detta företag. Men online gör det. I och med denna förändring i Facebooks avtal visas nu att det finns ett tryck från allmänheten om att man vill, om än väldigt lite, försäkra sig om att känslig information inte byter ägare utan användarnas vetskap.

Implikationerna för beteendeklimatet är, bara några dagar efter publicering av de nya avtalen, ännu för svåra att sia om. Att ändringarna har gjorts är dock en implikation på att användare börjar tänka sig för angående sina identiteter online.

Som kontrast till Facebooks nya anonyma sociala login - som i viss mån kan peka till att öka användarnas känsla av att Facebook bryr sig om deras integritet - så presenterades nyligen hur Facebookprojektet DeepFace, ett ansiktsgenkänningsprogram, nu är väldigt nära mänsklig träffsäkerhet i att identifiera ansikten om man jämför mellan två bilder, även från olika vinklar. Den mänskliga träffsäkerheten är 97,53% och DeepFace klarar samma uppgift med 97,25% säkerhet (Anthony, 2014). Även dessa implikationer för beteendeklimatet kan endast gissas fram än så länge, men visar ännu tydligare hur Facebooks agenda är att få så mycket information om sina användare som möjligt. Den senaste utvecklingen med wearable technology, såsom Googles glasögon Google Glass, kan ses kombineras med Facebooks ansiktsgenkänning vilket skulle leda till att du får upp grundläggande information – namn, ålder, kön osv. – på folk som du träffar på gatan.

6. Avslutning och sammanfattning

För att lägga ihop några av fynden i studien och peka på en möjlig kausalitet mellan fenomen, blir den tydligaste delen att upplevd anonymitet anses ligga till grund för ett beteende där man tar ut sina svängar mer än i en offlinesituation, eller de onlinesituationer där anonymiteten inte upplevs föreligga. De senaste årens utveckling har pekat på att sociala login, alltså när internetanvändare loggar in på en tredjepartssida med en inloggning från något av de sociala medierna, ökat stadigt. Onlineföretagen har utvecklats i den riktningen att det är allt viktigare för dem att veta identiteten, eller i alla fall en mängd identifikatorer, på användarna. Anledningen till detta är olika och så är även implikationerna. Om vi lyssnar på de svarande i online-enkäten ser vi tydligt att en möjlig orsak till dåligt beteende på nätet kommer från upplevd anonymitet. I samma data kan vi också läsa att, av de svarande, den upplevda anonymiteten inte är särskilt omfattande, endast 18 % ansåg sig anonyma på nätet. En majoritet av de svarande uppger även att de kopplat sina sociala profiler till en tredjepartstjänst, utan att egentligen velat göra det, vilket går i linje med framfarten av sociala login.

Det anses också finnas ett socialt tryck på att användarna själva ger sig in i kampen om att skapa en bättre social miljö online. Man tar ett ansvar och använder de tjänster som finns till ens förfogande, såsom rapporteringssystemet i LoL, eller anmäler kommentarer i kommentarsfält som går stick i stäv med lagen eller normen.

Jag har, gång på gång, och åter och åter igen behövt ruskat om mig själv under tiden med detta arbete. De gånger jag själv observerat dåligt beteende, vilket jag måste säga har varit ganska ofta, och vilket kunde fått mig att skygga iväg ifrån vissa av situationerna, var jag tvungen att återberätta för mig själv att jag inte försöker motbevisa att dåligt beteende finns på nätet. Det gör det. Och det gör så i ganska stor omfattning. Precis som i många andra situationer verkar det upplevda skydd som datorn kan anses ge, locka fram en del beteende som inte är lika frekvent förekommande i andra situationer. Men det ligger också i linje med en mängd andra situationer som till exempel vid t.ex. bilkörning eller fotbollsmatcher där beteendet inte representerar det allmänt kända beteendeklimatet. Jag har undrat om det finns tendenser som visar på att någonting är i skeende på nätet, om klimatet börjar bli bättre och om vi, som användare, och de som tillhandahåller tjänsterna som vi använder gör någonting för att få det bättre. Var i processen vi befinner oss är svårt att avgöra, men att en självsanerande process är igång, vare sig vi är i början, mitten eller slutet, har jag i och med detta arbete gjort mitt yttersta för att påvisa.

Jag har under arbetets gång märkt att jag tänker mig internet som en plats, precis som resterande av platser. Vårt generella beteendeklimat är rätt så gott, vi skriker inte särskilt mycket åt varandra på gatan, vi stjälar inte nämnvärt av varandra i allmänhet och folk kan vara ganska fria att göra som de vill i Sverige. Vi måste dock välja vilka platser vi beträder och när vi gör det. Med sunt förnuft kan vi hålla oss ifrån mycket av det negativa beteende som faktiskt finns i samhället, och just så menar jag också att internet är. Internet är inte skilt från resten av världen, eller resten av samhället. I min undersökning har många pekat i samma riktning, och menar att man tyvärr får förvänta sig ett sämre beteende på vissa ställen och får därmed välja att hålla sig borta ifrån dessa, om man inte önskar detta beteende. Jag väljer dagligen vilka situationer jag själv sätter mig i och väljer därmed bort vissa andra, dels för mina fördomar och dels förutfattade meningar och så är det även på nätet.

Sammanfattning - Återblick på syfte och frågeställningar

För att ge läsaren och mig själv möjligheten att titta tillbaka på vad jag satt mig i färd att göra med detta arbete gör vi nu en tillbakablick till arbetets begynnelse. Mitt utsatta syfte med denna uppsats var att:

undersöka om det pågår en självsanering av människors beteende och attityder gentemot varandra på internet.

Med hjälp av tre frågeställningar gav jag mig ut, i försöket med att uppfylla mitt syfte. Dessa var:

1. Pågår det en självsanering av det sociala klimatet på internet?
2. Vem eller vilka skulle, i fall den är ett faktum, ligga bakom självsaneringen?
3. Hur tar sig den tänkta självsaneringen uttryck?

Processer, speciellt de man själv är en del i, är svåra att objektiva ta ställning till, ifråga om de finns utanför en själv eller inte. Det empiriska materialet i denna uppsats, dels i form av enkäten och dels deltagande observationer i League of Legends, visar något skilda tendenser. De som svarade på enkäten märkte ofta ingen direkt skillnad på beteendeklimatet online eller också en försämring av klimatet. Endast 12 % tyckte sig se en förbättring. Samtidigt var väldigt få utsatta för otrevligheter och påhopp. I LoL märktes också skilda tendenser där spelare dagligen vittnade om påhopp och en del var fast beslutna om att fortsätta använda regleringsverktygen, medan andra verkade ha gett upp hoppet och helt enkelt tystade ner antagonisterna. Samtidigt visar utvecklingen att de som tillhandahåller de tjänster vi som användare brukar på nätet vill minska

vår möjlighet att vara anonyma gentemot varandra. Om vi tar enkätsvaren och det upplevda orsakssambandet mellan anonymitet och dåligt beteende kan de påstås med viss medvind att användarna accepterar anonymisering i ett försök att sanera sin egen sociala onlinemiljö. Jag anser, med denna uppsats, ha visat tendenser till att en självsanering är i process. Dels på grund av de verktyg som tjänsteföretagen tillhandahåller för att förbättra beteendet och dels den utsträckning som användare faktiskt brukar dessa. Detta visar på, i minsta mån, i alla fall en vilja till ett bättre klimat.

Den andra frågan, vem eller vilka som ligger bakom självsaneringen, får sitt svar genom att presentera de tjänster som kan verka för självsanering, och de som accepterar att använda dessa tjänster eller verktyg. Det finns inte ett enhälligt svar, som att alla användare, eller alla tjänsteföretag skulle verka för självsaneringen. Vissa användare väljer att arbeta sig runt de verktyg som presenteras och används, medan andra både använder verktygen och försöker genom social påtryckning att förbättra andras och sitt eget beteende. Begreppet självsanering antyder i sig självt att det är de aktörer som är inblandade i fenomenet som själva ligger bakom den. Men eftersom aktörerna inte är en homogen grupp eller ett fåtal homogena grupper så kan ingen allmän etikett sättas på att just den eller den gruppen verkar mer eller mindre för saneringen. Det finns användare som inte vill sanera beteendeklimatet, och tydliggör detta i sitt eget beteende, emedan vissa tjänsteföretag skapar tjänster som motverkar de faktorer som till synes bidrar till sanering, t.ex. anonymitet. De stora företagen som har de större tjänsterna, t.ex. Facebook och Google och även många av spelföretagen verkar för att folk ska vilja använda deras tjänster, och i det målet finns ett intrinsikalt värde av att användarna känner sig någorlunda säkra och fria. Många av tjänsterna har även någon slags betaltjänster som också ställer höga krav på den allmänna miljön.

Hur självsaneringen tar sig uttryck är en fråga som kräver olika svar beroende på vem det är som påbjuder den. Fler och fler hemsidor, forum och kommentarsfält kopplar sig till de sociala mediernas sociala logintjänster eller skapar egna sådana för att kunna veta vem som använder tjänsten i fråga. Även användarna kopplar sig till dessa sociala login vilket ökningen visar tydligt. Om det handlar enbart om lathet kan inte besvaras, men i och med att de kopplar sig, mest omfattande, till sin Facebookprofil så leder det i sin tur till att en mängd identifikatorer bli kända och dåligt beteende kan, som visas i viss forskning (Acquisti, 2014), minska då man visas upp med namn, bild och vänkrets. Det tydligaste uttrycket är hur anonymiteten i de sociala miljöerna

börjar hanteras. Här verkar användare och företagen vara på samma bana. Genom att anonymisera nätet tycks både användare och företag ha hittat en väg i att minska påhopp och kränkningar.

Frågor som inte fått plats

Vissa nya frågor har blommat upp under tiden för arbetet, men som tyvärr inte kunnat undersökas i den mån jag hade velat. T.ex. så verkar skillnaden mellan anonymitet och *upplevd* anonymitet vara en stark faktor i hur beteendet online kan vara tuffare och hårdare än offline. Den upplevda anonymiteten behöver inte alls överensstämma med den faktiska anonymiteten och gör förmodligen det väldigt sällan när det gäller internet i allmänhet och sociala onlinemiljöer i synnerhet. Är det den faktiska anonymiteten som föranleder dåligt beteende eller är det den *upplevda* anonymiteten som gör det?

Anonymiteten är också ett ämne som kanske fått för stor plats i uppsatsen, men är den enskilt tydligaste faktor som både företagen som tillhandahåller de tjänster användarna använder och användarna själva tycks rikta in sig på, men är det verkligen den enda faktor som gör att folk betar sig annorlunda på nätet jämfört med offline. Vi kan finna förslag på andra anledningar i *Online Disinhibition Effect* och man hade kunnat undersöka vilka möjligheter, om man tar teorin för sann, som finns för att implementera denna teori i uppbyggnaden av nya onlinetjänster, eller utvecklingen av existerande.

Ett annat sätt att angripa mina frågeställningar på, kanske på ett något annorlunda sätt, skulle vara att genom en komparativ studie undersöka skillnaderna i kommentarer och interaktion mellan människor på, å ena sidan, någon kommentarsmiljö med sociala login och, å den andra, en utan. Detta hade kunnat ge en tydligare bild över hur det ser ut gällande den upplevda anonymiteten och dåligt beteende.

Många andra frågeställningar och infallsvinklar har svept förbi under arbetets gång. Jag anser mig ha fått en större förståelse för hur de användare jag stött på under tiden för arbetet skapar sin mening av den sociala platsen som internet är. Med stor föränderlighet och chans för nya regler, etikett och uppförandekoder blir internet ett fält som jag med stor sannolikhet kommer besöka åter i undersökningssyfte och många efter mig kommer göra det samma. Vi är med i början av något fantastiskt och har chansen att skapa utav den det vi själva vill ha.

7. Litteraturförteckning

- Ackroyd, S. & Hughes, J. A., 1983. *Data collection in Context*. Harlow: Longman.
- Acquisti, A., 2014. *The More Social Cues, The Less Trolling? An Empirical Study of Online Commenting Behavior*. u.o.: [Opublicerat material].
- Aftonbladet, 2011. *Aftonbladet*. [Online]
Available at: <http://www.aftonbladet.se/nyheter/article13654357.ab>
[Använd 17 April 2014].
- Anthony, S., 2014. *Facebook's facial recognition software is now as accurate as the human brain, but what now?*. [Online]
Available at: <http://www.extremetech.com/extreme/178777-facebooks-facial-recognition-software-is-now-as-accurate-as-the-human-brain-but-what-now>
[Använd 5 Maj 2014].
- Barlett, C. P., 2013. Anonymously Hurting Others Online: The Effect of Anonymity on Cyberbullying Frequency. *Psychology of Popular Media Culture*, Issue Online First Publication.
- Beckman, L., Hagquist, C. & Hellström, L., 2013. Discrepant gender patterns for cyberbullying and traditional bullying - An analysis of Swedish adolescent data. *Computers in Human Behavior*, 29(5), pp. 1896-1903.
- Boellstorff, T., 2008. *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton: Princeton University Press.
- BuiltWith, 2014. *Facebook for Websites Usage Statistics*. [Online]
Available at: <http://trends.builtwith.com/javascript/Facebook-for-Websites>
[Använd 25 April 2014].
- Christen, C. T. & Gunther, A. C., 2003. The Influence of Mass Media and Other Culprits on the Projection of Personal Opinion. *Communication Research*, 30(4), pp. 414-431.
- Facebook, 2013. *Facebook*. [Online]
Available at: <http://newsroom.fb.com/Key-Facts>
[Använd 31 Januari 2014].
- Facebook, 2014a. *Facebook*. [Online]
Available at: <https://www.facebook.com/facebook>
[Använd 19 februari 2014].
- Facebook, 2014b. *Facebook*. [Online]
Available at: <https://sv-se.facebook.com/help/www/112146705538576>
[Använd 8 April 2014].
- Facebook, 2014c. *Facebook*. [Online]
Available at: <https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/permissions>
[Använd 23 April 2014].
- Facebook, 2014d. *Facebook*. [Online]
Available at: <http://newsroom.fb.com/news/2014/04/f8-introducing-anonymous-login-and-an-updated-facebook-login/>
[Använd 3 Maj 2014].

- Gartner, 2013. *Gartner*. [Online]
Available at: <http://www.gartner.com/newsroom/id/2623415>
[Använd 31 Januari 2014].
- Geertz, C., 1973. *The interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- Giddens, A., 2009. *Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Goffman, E., 1959. *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. 3:e (1994) red. New York: Doubleday & Company, Inc.
- Google, 2014a. *Google*. [Online]
Available at: <http://www.google.com/about/company/>
[Använd 19 Februari 2014].
- Google, 2014b. *Google*. [Online]
Available at: <https://support.google.com/plus/answer/1228271?hl=en>
[Använd 8 April 2014].
- Google, 2014c. *Google*. [Online]
Available at: <http://investor.google.com/financial/tables.html>
[Använd 22 April 2014].
- Gunther, A. C., 1998. The Persuasive Press Inference: Effects of Mass Media on Perceived Public Opinion. *Communication Research*, 1 Oktober, 25(5), pp. 486-504.
- Hoffman, L. H., 2012. When the World Outside Gets Inside Your Head: The Effects of Media Context on Perceptions of Public Opinion. *Communication Research*, 40(4), p. 463–485.
- Internet World Stats, 2012. *Internet World Stats*. [Online]
Available at: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
[Använd 31 Januari 2014].
- Kontaxis, G., Polychronakis, M. & Markatos, E. P., 2012. Minimizing information disclosure to third parties in social login platforms. *International Journal of Information Security*, 11(5), pp. 321-332.
- Kozinets, R. V., 2010. *Netnografi: Etnografiska undersökningar på nätet*. London, Thousand Oaks, New Dehli och Singapore: Sage Publications.
- Lardinois, F., 2014. *Tech Crunch*. [Online]
Available at: <http://techcrunch.com/2014/04/22/facebook-now-powers-more-than-half-of-all-social-logins/>
[Använd 23 April 2014].
- LinkedIn, 2014. *LinkedIn*. [Online]
Available at: <http://se.linkedin.com/legal/user-agreement>
[Använd 8 April 2014].
- May, T., 2011. *Samhällsvetenskaplig forskning*. 4:e red. England: Open University Press UK Limited.
- McLeod, D. M. & Hertog, J. K., 1992. The Manufacture of `Public Opinion' by Reporters: Informal Cues for Public Perceptions of Protest Groups. *Discourse & Society*, 1 Juli, 3(3), pp. 259-275.

- Ollier-Malaterre, A., Rothbard, N. P. & Berg, J. M., 2013. When Worlds collide in Cyberspace: How boundary work in online social networks impacts professional relationships. *Academy of Management Review*, 38(4), p. 645–669.
- Olweus, D., 2012. Cyberbullying: An overrated phenomenon?. *EUROPEAN JOURNAL OF DEVELOPMENTAL PSYCHOLOGY*, 9(5), pp. 520-538.
- Ponessa, J., 2013. Navigating the Unknown: Towards a positive conception of Anonymity. *The Southern Journal of Philosophy*, 51(3), pp. 320-344.
- Postmes, T. & Spears, R., 1998. Deindividuation and Antinormative Behavior: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 123(3), pp. 238-259.
- Qwilt, 2014. *Qwilt*. [Online]
Available at: <http://www.qwilt.com/twitch>
[Använd 28 April 2014].
- Reicher, S. D., Spears, R. & Postmes, T., 1995. A Social Identity Model of Deindividuation Phenomena. *European Review of Social*, 6(1), pp. 161-198.
- Riot Games, 2013a. *League of Legends*. [Online]
Available at: <http://na.leagueoflegends.com/tribunal/en/faq/>
[Använd 14 April 2014].
- Riot Games, 2013b. *League of Legends*. [Online]
Available at: <http://gameinfo.na.leagueoflegends.com/en/game-info/get-started/honor/>
[Använd 15 April 2014].
- Riot Games, 2014. *Riot Games*. [Online]
Available at: <http://www.riotgames.com/about>
[Använd 14 April 2014].
- Siegel, J., Dubrovsky, V., Kiesler, S. & McGuire, T. W., 1986. Group processes in computer-mediated communication. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 37(2), pp. 157-187.
- Sonderman, J., 2012. *People using pseudonyms post the highest-quality comments, Disqus says*. [Online]
Available at: <http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/159078/>
[Använd 4 Maj 2014].
- Spears, R. & Lea, M., 1994. Panacea or Panopticon?: The Hidden Power in Computer-Mediated Communication. *Communication Research*, 21(4), pp. 427-459.
- Stockholms Handelskammare, 2014. *Så rekryterar företagen i framtiden*, Stockholm: Stockholms Handelskammare.
- Suler, J., 2004. The Online Disinhibition Effect. *Cyberpsychology & Behavior*, 7(3), pp. 321-326.
- Svensson, M. & Dahlstrand, K., 2014. *Kränkningar, trakasserier och hot på nätet - Delrapport till Ungdomsstyrelsen med fokus på kvantitativ kartläggning*, Lund: Ungdomsstyrelsen.
- Twitter, 2014. *Twitter*. [Online]
Available at: <https://about.twitter.com/milestones>
[Använd 19 Februari 2014].

Wikipedia, 2014. *Wikipedia*. [Online]
Available at: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Instagram>
[Använd 19 Februari 2014].

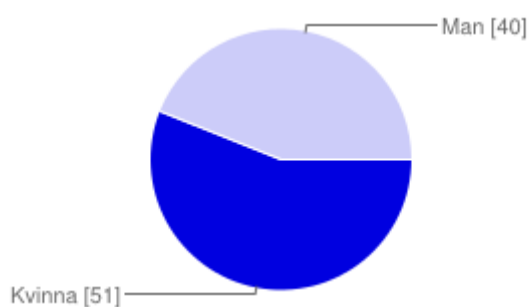
Ödman, P.-J., 2007. *Tolkning, förståelse, vetande: Hermeneutik i teori och praktik*. 2:a red.
Stockholm: Nordstedts Akademiska Förlag.

8. Bilagor

Bilaga 1

Denna bilaga innehåller enkätfrågorna och en sammanställning av utfallet av de svar som skickades in. Kommentarererna är borttagna.

Kön



Kvinna	51	56%
Man	40	44%

Vilka av följande onlinetjänster använder du?

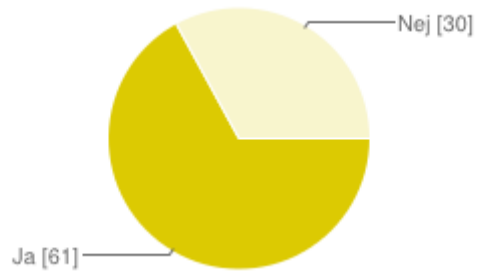
Facebook	89	98%
Twitter	31	34%
Instagram	51	56%
LinkedIn	45	50%
Google+ (inte sökmotorn)	26	29%
Disqus	6	7%
Egen blogg	22	24%
Inga av ovanstående	0	0%

Hur använder du dig av alias/pseudonymer/nicknames på internet?

Alltid samma alias	5	5%
Oftast samma alias	39	43%
Några olika alias	19	21%
Oftast helt olika	1	1%
Alltid helt olika	0	0%

Alltid någon form av mitt eget namn	12	13%
Oftast någon form av mitt eget namn	14	15%
Other	1	1%

Har du ett specifikt alias du känner dig mer förknippad med?

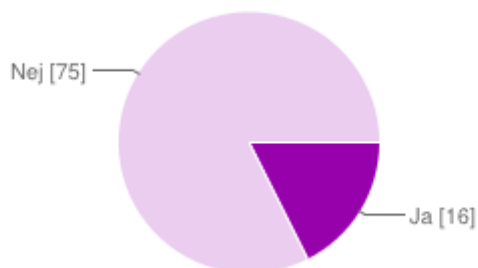


Ja	61	67%
Nej	30	33%

Vad innebär anonymitet på nätet för dig?

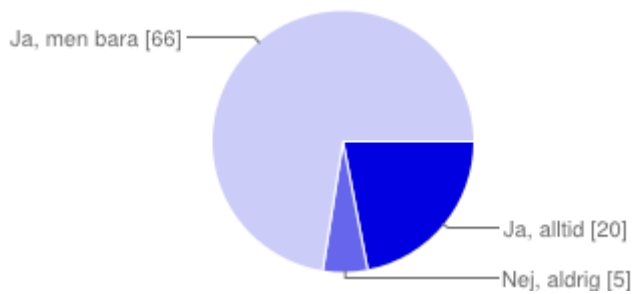
Att andra användare inte ska få veta vem jag är.	58	64%
Att de som tillhandahåller tjänsten/sidan inte ska få veta vem jag är.	39	43%
Att internetleverantörer inte ska kunna se min internetanvändning.	35	39%
Att ingen slags myndighet ska ha rätt att kontrollera vad jag gör på nätet.	47	52%
Other	10	11%

Anser du dig vara anonym på internet?



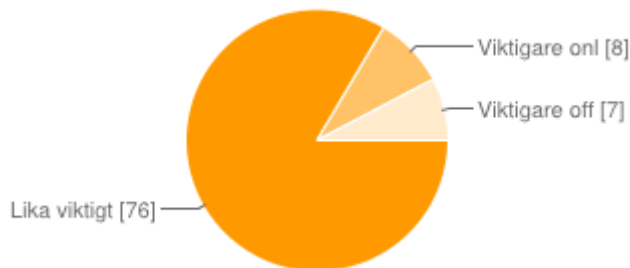
Ja	16	18%
Nej	75	82%

Är det viktigt att få vara anonym på nätet?



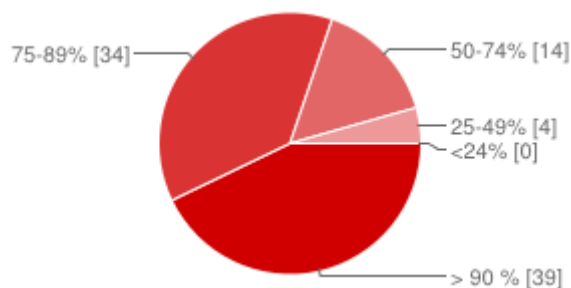
Ja, alltid	20	22%
Nej, aldrig	5	5%
Ja, men bara på vissa sidor/tjänster	66	73%

Är det lika viktigt att värna om sitt beteende online, som offline?



Lika viktigt online som offline	76	84%
Viktigare online	8	9%
Viktigare offline	7	8%

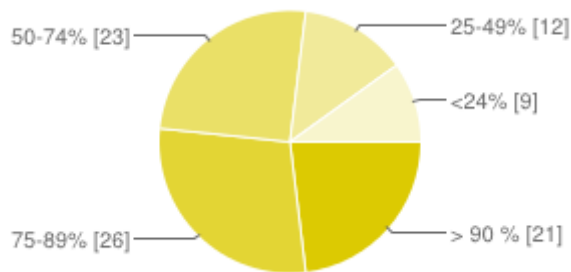
Ungefär hur stor del av dina vänner och bekanta har du tillgängliga via sociala medier?



> 90 %	39	43%
75-89%	34	37%
50-74%	14	15%
25-49%	4	4%

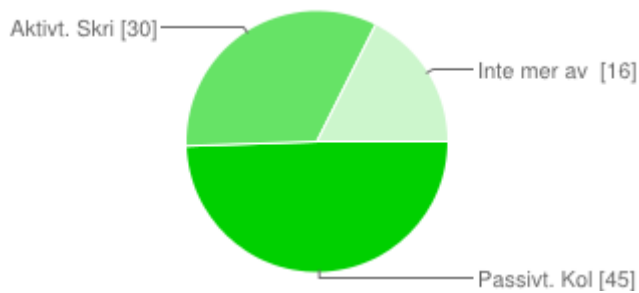
<24% 0 0%

Uppskatta hur stor del av din kommunikation online som sker med någon som du även kommunicerar med "offline"



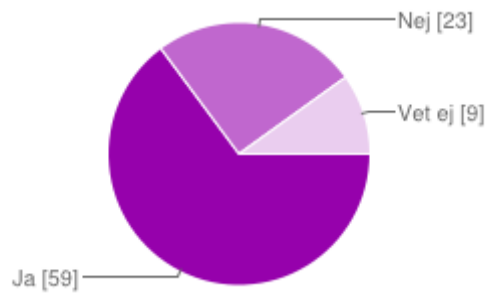
> 90 %	21	23%
75-89%	26	29%
50-74%	23	25%
25-49%	12	13%
<24%	9	10%

Hur använder du sociala medier? (Facebook, Instagram osv.)



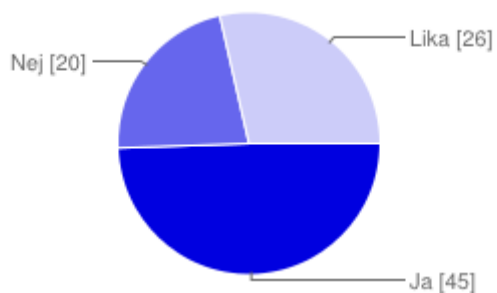
Passivt. Kollar mest läget. Skriver sällan något själv.	45	49%
Aktivt. Skriver ofta kommentarer/uppdateringar och lägger upp bilder etc.	30	33%
Inte mer av det ena än det andra	16	18%

Har du någon gång kopplat ett konto (Facebook-konto, Google+ osv.) till en tjänst för att du måste, men egentligen inte velat?



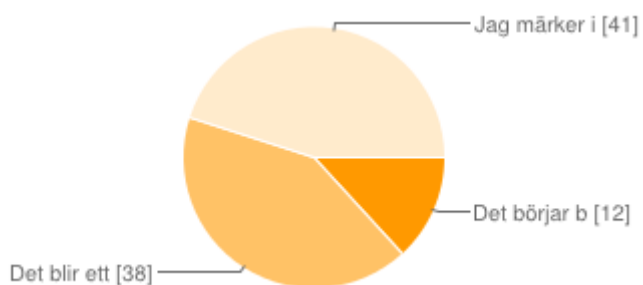
Ja	59	65%
Nej	23	25%
Vet ej	9	10%

Är det lättare att kommentera och tycka på nätet, än offline?



Ja	45	49%
Nej	20	22%
Lika	26	29%

Hur tycker du att beteendeklimatet på internet utvecklats den senaste tiden?

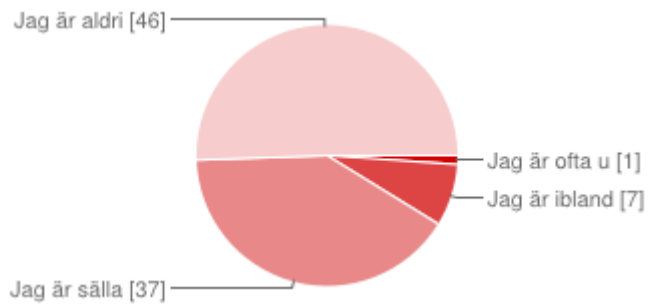


Det börjar bli ett bättre klimat på internet. Människor börjar behandla varandra bättre.	12	13%
Det blir ett råare klimat.	38	42%

Människor behandlar varandra allt sämre

Jag märker ingen större skillnad. **41** 45%

Hur utsatt känner du dig personligen på internet?



Jag är ofta utsatt för påhopp på nätet. **1** 1%

Jag är ibland utsatt för påhopp på nätet. **7** 8%

Jag är sällan utsatt för påhopp på nätet. **37** 41%

Jag är aldrig utsatt för påhopp på nätet. **46** 51%