

# digital storytelling



**Malmö Högskola**  
Institutionen för Konst, Kultur  
och Kommunikation, K3  
Emelie Rosberg, IDK02

**IDK EXAMENSPROJEKT V05 20 P**  
Handledare: Michael Svedemar,  
Institutionen för Konst, Kultur  
och Kommunikation, K3

## Abstract

The purpose of this paper is to analyze and map out the cyber culture of the Internet and its all users, identity, design theories and services. How people communicate and how they build up their identities are some of the baselines. I will also discuss the important aspects of Interaction design and how this can be used in a Community for digital storytelling.

The Internet, or *new media*, was founded in the 60's by some great philosophers (McLuhan, Rheingold, Lambert and more). With influence from their books I will discuss and analyze what kind of media the Internet is and how it can be seen as extensions to our senses, as McLuhan claims.

Moreover, Interaction design is a big part of this work and I have chosen some relevant Communities which are running on the Net today. What features do they have and how do they work? I have decided some appropriate design theories and I will explain how these web pages can develop a better site according to my new theories.

When implementing digital storytelling on the Internet, problems can appear. What do people want for services on a Community and what do they find disturbing? What makes difference between a site for digital storytelling and another community for finding a life partner? I will discuss the differences between these two kinds of sites and develop a project site with all the best parts from all kinds of relevant web sites.

## Förord

Det har tagit åtskilliga timmar att få ihop detta examensarbete, men nu är det klart. Tålmodigt har jag väntat på svar från mina enkätpersoner, letat buggar i min projektsite och suttit sömlös för att få ihop sista slutsatsen.

Ni är en stor skara människor som givit mig inspiration och hjälp, först och främst min otroligt stöttande och pålästa handledare Micke Svedemar, men också självfallet min uppdragsgivare Iris Liliendahl för all support, hjälp och enorma tålamod. Självfallet ett tack till min samarbetspartner, Martin Karlsson, för all hjälp vid kodning av portalen.

Musik har varit en stor inspirationskälla, då jag sällan kan studera utan att ha harmonisk och lugn musik på i bakgrunden. Hjältarna vid denna uppsats heter *Black tape for a blue girl* och rekommenderas varmt vid hårda och nattliga studier.

Jag har också läst en hel drös spännande böcker som tyvärr inte dugit som relevanta referenser i min text. De har dock fått vara med i min bilaga, då de är värda att nämnas som bra litteratur att läsa för skojs skull.

Nåväl, mängder med credits till alla som deltagit med information till denna rapport (kurskamrater jag tvingat svara på mina enkäter, familj, vänner och kära). Utan er hade denna rapport inte varit vad den är idag. Tack också till dig som läser min rapport och på så vis sätter liv i mina ord.

Emelie Rosberg  
2005-05-19

<b>1. INLEDNING</b>	<b>5</b>
1.1 Bakgrund	6
1.2 Syfte	7
1.3 Problemformulering	7
1.4 Målgrupp	7
1.5 Mål	8
1.6 Om denna rapport	8
<b>2. ANVÄNDNING AV INTERNET</b>	<b>10</b>
2.1 Kommunikation	9
2.1.1 E-post	11
2.1.2 Forum/Communities	11
2.1.3 Chatter	12
2.1.4 Bloggar	13
2.2.1 Cybervärlden	13
2.2.1.1 Cybermedlemmarna och identitet	15
2.2.2 Aspekter på Jaget i cybervärlden	17
<b>3. VAD ÄR DIGITAL STORYTELLING?</b>	<b>20</b>
3.1 Film på nätet	20
<b>4. NEW MEDIA, KOMMUNIKATION OCH MEDDELANDEN</b>	<b>22</b>
4.1 Kommunikation och new media	22
<b>5. WEBBASERAD STORYTELLING</b>	<b>25</b>
5.1 Redan existerande sajter	26
5.1.1 The Fray	26
5.2.1 Storylink.org	27
<b>6. ASPEKTER INOM INTERAKTIONSDESIGN</b>	<b>29</b>
6.1 Definition av Interaktionsdesign	29
6.2 Designprinciper	30

6.2.1 Funktionell design	30
6.2.2 Usability goals	31
6.2.2.1 Effektivitet	31
6.2.2.2 Kompetens	31
6.2.2.3 Säkerhet	31
6.2.2.4 Nytt	31
6.2.2.5 Lärande	32
6.3 Att anpassa utseende efter användaren	32
6.4 Självbetjäning eller ren tortyr	33
6.4.1 Förnekelse av användbarhet	35
6.4.2 Felmeddelanden	36
6.5 Romaner på webben?	36
6.5 Symboler, tecken och färger	37
6.6 Att anpassa gränssnitt för användaren	38
<b>7. EN WEBBPORTAL FÖR DIGITALT BERÄTTANDE</b>	<b>40</b>
7.1 Tillvägagångssätt	40
7.2 Enkäter om användande	40
7.3 Webbsidan	41
7.4 Användartestande	45
7.5 Mina kriterier för en bra hemsida	46
7.6 digitalbridges funktioner	47
<b>8. SLUTSATS</b>	<b>49</b>
<b>9. KÄLLFÖRTECKNING</b>	<b>51</b>
<b>10. BILAGOR</b>	<b>54</b>

## 1. Inledning

I alla tider har människan haft ett behov av att tala med andra människor. Förr i tiden samlades man i ett gäng runt brasan och berättade historier för varandra. Papyrusrullar användes av bland annat egyptier, för att berätta historier och förmedla information på ett enklare sätt än att informera muntligt, då det är enkelt att en historia blir annorlunda efter ett par stopp mellan individer.

De flesta av mina vänner har jag fått genom Internet. Även en del kärlekar har upptäckts och grott i cyberspace. När Internet först dök upp hemma hos mig år 1997 var jag väldigt rädd för att träffa folk IRL, det vill säga "In Real Life", eller "I verkliga livet" som det egentligen heter. Jag kunde ju aldrig veta vilken galning jag fått tag på. Idag känns det annorlunda; att träffa en människa jag bara skickat ett mail till känns för mig helt naturligt. (Dock bör man träffa människan på ett öppet ställe som exempelvis ett café!) Att vara medlem på ett Community gör att man enkelt finner likasinnade och bildar en enda stor familj. Jag är själv medlem på Helgon.net, ett Community för människor med alternativ musikstil. Jag har upptäckt att det finns många enstöringar eller ensamvargar på sådana ställen som Helgon. Många som inte har så många vänner på riktigt eller har någon sorts fobi. Det är så mitt intresse för digitala möten och berättelser har väckts till liv. Dessa människor som kanske inte riktigt "klarar sig" i det riktiga livet, hur gynnar detta dem? Hur lever de, vad tänker de?

### 1.1 Bakgrund

Det började hösten 2003 då jag deltog i en workshop styrd av Iris Liliendahl från den ideella föreningen *digitalbridge*. Workshopen var på fem arbetsdagar och vi lärde oss först Adobe Premiere för att sedan tillverka en egen film om någonting vi varit med om som påverkat oss på något vis. Jag gjorde då en film om min resa till Göteborg, april 2002, vilken påverkade mig något enormt.

När jag påbörjade en kurs i *Forskning i Interaktionsdesign* hösten 2004, valde jag och en kurskamrat direkt att arbeta med Digital Storytelling och med föreningen *Good World*. Vi analyserade dagens Communities samt gjorde undersökningar om vad som saknas på dessa. Vad vill medlemmarna ha? Vad tror de om en ny Community i Digital Storytellinganda på svenska? Våra resultat blev mycket positiva, folk var väldigt pigga på

att se annan slags Community än de vanliga som finns idag som lämpar sig just för att skapa vänner eller finna en date. Jag fick en bas att stå på, dvs. jag vet vad som behövs och hur det ska gå till väga.

## 1.2 Syfte

Någon renodlad sajt á la Digital Storytelling finns inte idag. Däremot finns det, som tidigare nämnt, en mängd dating-, samt kompisikaparsajter. Internet erbjuder Communities för dig som gillar hästar, reptiler, hundar, rollspel, lego, konst, poesi,- och novellskrivning och andra ting människan kan tänkas intressera sig för. Men ett ställe *där tanken är att dela med sig av sina erfarenheter*, finns inte och särskilt inte på svenska. Idag finns det ett par amerikanska sajter vilka går ut på att medlemmarna ska dela med sig av sina historier; dock endast via text. En berättelse blir mer levande med Joe Lamberts sju element, som tas upp senare i denna uppsats. Jag ämnar skapa en portal för digitalt berättande och kartlägga identiteter på nätet, design teorier inom Interaktionsdesign för webben och framförallt vilka tjänster Communities använder sig av.

## 1.3 Problemformulering

Vilka är huvuddelarna hos en sajt som kommer att besökas och användas av många personer? Vad är viktigt och hur kan det implementeras på en digital storytellingsajt? Vad har folk svårt för här och vad behövs för att de ska förstå en sajts instruktioner till max? Hur fungerar principer inom Interaktionsdesign på en sajt för digitalt historieberättande och hur kan de implementeras? Inom identitetspekten funderar jag kring användarens olika identiteter på nätet; om multipla identiteter och om Internet fungerar som ett substitut för fysiska vänner.

## 1.4 Målgrupp

I början var jag helt inställd på kvinnor i åldern 30+. Men efter att ha diskuterat med min uppdragsgivare, kom vi fram till att målgruppen hamnar hos människor runt 25-35. Mina tankar först var att det främst är kvinnor som använder sig av tjänster där man kan ”snacka av sig” och dela med sig av erfarenheter såsom överfall, cancer, hårfall och så vidare. Detta har oftast inte en kvinna på 20 och män verkar inte ha så mycket bekymmer kring

skönhet och klädes som kvinnor. Sannerligen kan kvinnor på 20 ha varit utsatta för övergrepp av olika slag och inte helt omöjligt övergrepp, mobbing, trakasserier samt ha avverkat många partners. Vidare finns det självfallet också män med traumatiska minnen såsom mobbing, olyckor, bortgång av släkting samt även här cancer. Möjligen kan män tänkas vara lite mer ”tuffa” och kvinnan anses mer ”tillåten” att gråta, visa känslor etc. Men visst finns det män där ute i cyberspace, män som också delar med sig av minnen från när han opererade sig för cancer eller fick ett nytt organ.

## 1.5 Mål

Att djupare och mer ingående analysera användning av dagens Communities, media samt vänskapsband. Vad tänkte man om Internet innan det faktiskt dök upp? Jag har också en stark önskan om att skapa ett väl fungerande Community där tyngdpunkten ligger på användarvänlighet, smidighet och fildelning. Inte fildelning som en enkel ”utforskaren – liknande” databas, utan att man lägger upp ljud, bild och/eller filmklipp man gjort. Till varje fil ska ett forum kunna skapas för diskussion och för människor att på så vis dela med sig och bidra med liknande filer. Viktigt är att sajten inte framstår som en ”chattsajt” för sökande av partners. Huvudpunkten ska inte ligga på att finna ”den rätte” via mängder av matchningsfunktioner, utan för att *stödja* och dela med sig. Som jag nämnt tidigare är identitetsstudier viktigt i detta arbete; vilka identiteter formar användarna och varför?

## 1.6 Om denna rapport

Akademiska uppsatser är i regel objektiva och skrivs på ett visst sätt. Min rapport handlar om berättande och personliga erfarenheter, därför kommer denna uppsats också vara *min* personliga berättelse, min resa. Jag kommer att vidröra mina egna tankar, idéer och framförallt upplevelser från cybervärlden på ett sätt som skiljer sig mot en traditionell akademisk uppsats. Vidare är jag även en student vid en designskola där personlig design är välkommet. Studentens egna och originella idéer mottas med öppen famn. Dock kommer jag hålla en akademisk stil där det är passande, exempelvis vid teoretiska avdelningar.

När det gäller referenslitteratur i denna uppsats vill jag beklaga att de böcker jag använt mig av har ett par år på nacken. Howard Rheingold och Sherry Turkle må ha varit som mest aktiva på 1990-talet men deras tankar och idéer är trots allt viktiga och bör

diskuteras. Vad gäller ny litteratur om cyberspace fanns det inte mycket av intresse för min examensuppsats. Jag har då valt att komma med egna reflektioner och jämförelser med hur saker ser ut idag jämfört med något av veteranernas uttalanden.

## 2. Användning av Internet

”We have the opportunity to build new kinds of communities, virtual communities, in which we participate with people from all over the world, people with whom we converse daily, people with whom we may have fairly intimate relationships but whom we may never physically meet.”  
(Holeton, 1998, s. 6)

### Virtuell mötesplats

En webbplats eller konferenssystem där folk kan mötas, umgås, kommunicera, dela intressen, chatta, flirta, skvallra m.m.

### Community

Gemenskap; samfund; samhälle; befolkningsgrupp. På svenska möjligen *kommunitet* eller *gemenskap*, beteckning för en mötesplats på Internet.

(Susning.nu, Besökt 2005-05-17)

Det finns många sätt att kommunicera på nätet idag jämfört med när Internet dök upp i folks privata hem runt år 1997. Men vad finns det för kommunikationsmöjligheter och verktyg? Det är vad de kommande kapitlen handlar om.

### 2.1 Kommunikation

Att människan kommunicerar är en viktig del av livet och ”av grundläggande betydelse för hennes möjligheter att lösa de praktiska och teoretiska problem som livet erbjuder” (Hård af Segerstad, 2002, s. 27). Kommunicerar gör vi varje dag, mer eller mindre och det är inte bara vi människor som gör det. Fåglar kommunicerar, apor kommunicerar, hästar... alla kommunicerar! Att tänka förnuftigt är något människan lär sig genom att kommunicera och samtala med andra individer, hävdar Hård af Segerstad. Vi skapar sociala kontakter och behåller dem genom att kommunicera, som också är en social process. Vi får information och lär oss nya saker genom att tala med andra. Tröst och support får vi från andra människor via kommunikationen och då känner vi oss tillfreds. Kunskap är någonting vi delar med oss, någonting varje mänska har i sin hjärna och då det tar fysisk form kallas det *information*. Information är kunskap som lagras i en databas, exempelvis. Andra kan öppna databasen och ta del av författarens kunskaper. Det är ett sätt att kommunicera och själva stommen till kommunikation på Internet. Det bör nämnas eftersom tillhörande portal har kommunikation som huvudsyfte.

Peder Hård af Segerstad förklarar även att då vi hamnar i en ny situation bland människor, lyssnar vi noga på vad som sägs. Vi kikar på människorna och försöker höra vad de säger. På så sätt lär vi oss av andra och kontrollerar läget. Det första vi gör när vi föds, är kommunicerar med vår moder. Barn som saknar fysisk och psykisk kontakt med föräldrar som små, mår inte bra senare i livet, enligt Hård av Segerstad. Med detta vill jag poängtera hur viktigt kommunikation är och varför människor kommer befinna sig på webbplatsen jag utvecklar till denna uppsats.

Internet är ett mycket populärt medium och ett av våra nyare sätt att kommunicera med andra. Peter Dahlgren talar i sin bok *Internet, medier och kommunikation* (2002) om interaktiviteten på Internet; hur människor kommunicerar. Människan får en chans att experimentera, hävdar han. Eftersom det finns så många

”The Internet is a complex mix of different media within one technological framework. It is a tool used for a range of differing functions and purposes: for mass mediation of journalist or entertainment products, for interpersonal communication, and for creating social community space.”

(Fornäs et al 2002, s. 13)

”Den mänskliga kommunikationens uppgift är också att etablera, utveckla och vidmakthålla sociala relationer. Det är det allt bygger på: från artens reproduktion till individens självförverkligande.”

(Hård af Segerstad 2002, s. 29)

användare av Internet idag finns det också en hel uppsjö information, dokumentation och musik för andra att ta del av. I stort sett allting finns att hitta på nätet. När man kommunicerar med andra sker det på samma villkor och förutsättningar. Ofta har samma ”gäng” på nätet, samma stil att samtala på, skriver Dahlgren. Alla har samma chans och kan ta vilken identitet de än önskar. Ingen behöver tala som sin egentliga identitet. I olika virtuella samhällen kan en individ finna likasinnade eller ge sig in i diskussioner med andra som har helt andra åsikter än en själv. Om man så önskar kan man byta identitet så man utger sig för att hålla med dem som man egentligen inte alls håller med. Nätverk byggs upp och skapas av de med liknande intressen och personligheter. Ett nätverk av människor på nätet bildar en gemenskap, ett *Community*. (Dahlgren, 2002, s. 151). Vidare betyder ordet gemenskap just *communis*, vilket i sin tur betyder kommunikation (Hård af Segerstad 2002, s. 34).

Citatet till vänster ur boken *Digital Borderlands* (2002) av Johan Fornäs et al, förtydligar också på vilket sätt Internet är flera medier i ett.

Hård af Segerstad påstår att de känslor som är starkast och som påverkar oss mest, är känslan för andra människor. Att då utnyttja Internet som medium gör att meddelanden man vill skicka till andra individer, går enormt snabbt att sända. I boken *Digital Borderlands* (2002) talar författarna om ”compressing time and space” och de uttrycker sig: ”Digital media make possible an extreme degree of *compression* in time of space. Messages and works can be pressed into increasingly small units that may be transmitted in an exceptional speed or stored in a minimal space” (s. 9). Detta gör det möjligt att skicka långa meddelanden, video, tunga bilder samt uppsatser till andra människor. Istället för att skicka en bild via posten, kan bilden enkelt mailas över den till mottagaren som i sin tur kan se på filen bara någon sekund efter att den skickats. Tänk bara så många personer man kan sända meddelanden till på några minuter.

### 2.1.1 E-post

E-post är en snabb och smidig kommunikationsform som också kallas *asynkron* kommunikationsform. Med asynkron menas att de kan skrivas och tas emot vid olika tillfällen. Genom vilken Internetansluten dator som helst kan man logga in på sitt e-postkonto och skicka ett e-postmeddelande (mail) till vem som helst som också har ett

sådant konto. Det smidiga är att man kan bestämma när mottagaren ska få mailet. E-post är det vi använder oss mest av på Internet.

### 2.1.2 Forum/Communities

Forum är någonting som kan ha utvecklats ur nyhetsgrupper som var mest aktiva förr, då folk började skaffa mailadresser. Man registrerade sig i en nyhetsgrupp och deltog i samtalsämnen. Jag själv var medlem i en nyhetsgrupp för systemet Plone då jag utvecklade webbsidan för detta examensarbete.

Hur som helst har nyhetsgrupper utvecklats till webbaserade *forum*. Ett forum finns på tillhörande examenswebbplats och fungerar som ett ställe att diskutera vid. Registrering brukar krävas, så att personerna bakom forumet (och även skribenterna) kan hålla koll på vilka som postar inlägg.

Någon börjar med ett inlägg, ex. ”Min katt är sjuk, vad ska jag göra?”, varpå han eller hon får svar på sin fråga av någon annan användare. Vidare kan en tredje, fjärde eller tjugonde besökare läsa ursprungsmeddelandet och även svaret på detta. Alla svar syns på samma sida och är kopplade via trådar mellan varandra. Meddelanden som postas sparas direkt ner i en databas på servern, därför hämtas de lika snabbt när någon vill läsa inläggen.

Forum utvecklas ofta till Communities, som är ett samhälle för människor på nätet. Ett forum utvecklas till att varje medlem får en personlig sida, en inkorg, en gästbok och voilà, ett Community har fötts! Det är nu inte bara forumet som står i fokus, utan människorna på webbplatsen. Folk kan skriva personliga meddelanden till varandra och lägga upp roliga bilder på sig själva som andra kan se. Somliga Communities går ännu längre, som t.ex. Lunarstorm (<http://www.lunarstorm.se>, besökt 2005-06-15), och lägger upp mängder med medlemstjänster som kan kontrolleras via varje medlems mobiltelefon. Sajter som Lunarstorm skapar lätt hysteri och beroende bland medlemmarna och det blir väldigt angeläget om att ha den läckraste och mest uppdaterade personliga sidan.

### 2.1.3 Chatter

En chatt är en *synkron* kommunikationsform, dvs. motsatsen till asynkron som nämndes i kapitel 2.1.1 om E-post. En synkron kommunikationsform i vilken två personer samtalar i realtid. Dahlgren (2002) berättar om synkrona texter: ”synkrona texter produceras i en

textmiljö karakteriserad av omedelbarhet och samtidighet” (s. 125). Webbchatter finns ofta på större portaler exempelvis *Passagen* (<http://www.passagen.se>, 2005-04-14). Dessa är vanligen webbaserade, dvs. användaren behöver inte ladda ner något program eller ha speciella javaplattformar installerade på sin dator. Användaren får välja ett namn (om det inte krävs registrering då man brukar få sitt användarnamn). Ofta finns det olika rum att välja mellan beroende på vilken åldersgrupp man tillhör eller vad man är intresserad av. Gällande chattprogram så är de mest frekvent använda ICQ (I seek You), Msn Messenger, Yahoo Messenger, AOL etc. Dessa kräver registrering och nerladdning men kostar ingenting.

### 2.1.4 Bloggar

”En blogg eller webblogg (eng. *blog* l. *weblog* även *blogger*) är en webbplats som uppdateras ungefär som en dagbok på nätet och där läsarna har möjlighet att kommentera inläggen. Det används för en del nyhetstjänster och diskussionsforum. Ett kännetecknande drag hos alla bloggar är att de nyaste inläggen presenteras överst.” (<http://www.susning.nu>, besökt 2005-06-15). En sådan logg kan också översättas med ordet ’webbjournal’ som syftar till en persons tankar kring vad som finns på nätet. När dessa tankar möter personens mer privata tankar, skapas en dagbok som kommit att kallas för webblogg, eller ’blogg’ som många säger idag (2005-06-15). Man uppdaterar besökarna om vad som skrev i ens liv.

En webblogg är något relativt nytt. Enligt webbsidan [susning.nu](http://www.susning.nu) (<http://www.susning.nu>, besökt 2005-06-15), tog webbloggarna fart den 18 september 2004. I skrivande stund (2005-06-15) är det många som skapat webbloggar via sajter på nätet där man registrerar sig och får en egen webblogg. Jag personligen måste medge att jag inte finner intresse av läsa okända personers bloggar.

### 2.2.1 Cybervärlden

I inledningen berättade jag om hur man före datorns tid satt runt en brasa och berättade sina historier. Det var så man kommunicerade och man hade inte en chans att vara anonym. Var det något man inte vågade berätta fick man helt enkelt låta bli. Nu när Internet existerar, finns också chansen för dem som inte vågar tala inför folk, att göra sig hörda. Att ha ett handikapp, fysiskt som psykiskt, kan resultera att den drabbade inte kan ta

sig fram bland andra människor. Precis som en förlamad individ har problem att röra sig bland människor och ta sig fram med kollektivtrafik, kan en människa med social fobi också dra sig för att ge sig ut bland stadens invånare. Att bara köpa en liter mjölk och ett bröd för att få i sig dagens frukost kan anses som världens utmaning för dessa två individer. Därför kan det vara omöjligt för dem att bege sig ut och träffa vänner, vara sociala och gå till olika träffpunkter, exempelvis föreningar och caféer. Att anordna ett möte för människor med social fobi låter aningen ironiskt, då en drabbad vanligen inte alls känner någon glädje av att ge sig ut på stan och sedan sitta mitt emot tio andra och berätta om sina problem. Likadant kan tjejer i tonåren och upp till strax under 30 känna. Dagens underliga ideal finns där i bakhuvudet på många. Istället kan man mötas på Internet, skapa sin identitet genom att möta andra.

Detta kan låta som att Internet helgonförklaras; att allting är möjligt på Internet. Det är trots allt i stort sett alla människor som använder Internet idag. Enligt min enkät (se bilaga 4), använder samtliga individer Internet. Alla är kanske inte registrerade på någon forum av Community, men nog använder de Internet om bara för att ladda ner musik och filmer.

I sin bok *Leva Online* (1995) skriver Sherry Turkle om Internet kan vara en form av psykoterapi eller om det är ett beroende användaren får. Vad jag finner intressant är just hur Internet och communities kan fungera som en alternativ form av terapi för människor med dilemman. Turkle tar upp ett exempel om Stewart, en kille som när han var liten, hade skräck för att tala med andra människor. Tack vare att han började spendera tid på MUDs lyckades han där tala med människor om sina problem, något han aldrig vågat förut om ens med släktingar.

Åter igen har vi ett bevis på ”det vackra Internet” och det kan låta lite som en ”fälla”; att alla ”konstiga” personer hamnar på Internet. Jag vill understyrka att så är inte fallet. Som nämnt ovan använder egentligen *alla* Internet, men det jag också vill poängtera är vad som lockar människan till nätet; vad olika individer kan få ut av användandet. I ovanstående fall beskrivs hur en ung pojke får ut positiva saker ur Internet och hur det var för honom innan Internet dök upp. Denna uppsats behandlar också digital Storytelling på nätet och hur människan kan tänkas använda en sådan tjänst. De människor som deltar i workshops kan tänkas vara främst de som har varit med om speciella händelser i livet. Implementeras Storytelling på nätet kommer samma skara människor samlas där vara de

som tidigare deltog i workshops. Alltså är det dem jag finner av intresse och är värda att ta upp: en person som Stewart!

Turkle berättar vidare om ”förlusten av det verkliga” (s. 290). Hon frågar vad man helst hade velat se, en riktig krokodil eller en krokodilrobot på Disneyland? Hon beskriver hur roboten rullar med ögonen och gapar med käften; allt för att fånga vår observans. När det gäller den livs levande krokodilen har inte många råd eller lust att åka till Afrika och se på en krokodil som ideligen sover. Med detta vill jag understyrka hur många väljer det datoriserade och det virtuella istället för verkligheten. Flertalet människor väljer att samtala och mötas på nätet istället för i verkligheten.

Jag vill dock komma med ett par kommentarer kring Turkles uttalande. Om det verkligen är sanning att människor hellre ser på en datoriserad krokodil än en datoriserad blir jag förvånad. Jag känner mig skeptisk då jag själv föredrar den riktiga varan trots att jag redan sett krokodiler IRL flera gånger förr (dock inte i Afrika!).

Hade människor fått välja mellan att se ett datoriserat tropiskt djur eller ett datoriserat tvivlar jag på att de flesta hade valt sistnämnda. Vad gäller Legoland i Danmark kan jag dock förstå varför man bygger krokodiler av lego...

### 2.2.1.1 Cybermedlemmarna och identitet

Mitchell, J. William skriver i sin bok *Den digitala staden* (1995) om att vara en person av kött, ben, blod och inälvor är något som vi alla vana vid. Vi lever som fysiska människor som inte kan gå igenom dörrar, väggar eller förflytta oss snabbare än vi klarar av via tåg eller flyg. Att *beema* sig som de gör i *Star Trek* (Roddenberry, 1966), är ingenting som fungerar år 2005. Är man invånare i ett samhälle som cyberspace, dvs. Internet, kan man förflytta sig hur snabbt man känner för, inta den identitet man känner för och rusa igenom vilka webbplatser man känner för.

Tom Andersson menar på att vi formar våra identiteter genom kommunikation med andra individer (2005). Alla människor får sina roller när de föds, utbildar sig och skaffar jobb.

Mitchell J Willian talar om att på Internet är man vem man vill och man kan göra det man känner för. Att vara en *homo sapiens*, en människa, är inte längre tillräckligt. Genom att koppla upp sig mot Internet uppgraderas man till en varelse som kan göra vad ting hon än önskar. Internet är lite som *The Matrix* (Berman, Wachowski, 1999). Man undrar vad Matrix är och på samma vis kan man undra vad man blir för varelse i

cyberspace. Var tar man vägen, vad blir man? Vem blir man? En videokamera långt bort, kanske uppmonterad i en annan världsdal, kan bli dina nya ögon och om den har funktioner för att spela in ljud, blir den dina nya öron. Kan du styra kameran? Då är den dina nya händer. Tänk dig att du kan ha alla dina tekniska artefakter runtomkring dig i ett skyddande nät. Mobiltelefonen, dvd-spelaren, fjärrkontrollen, diktafonen, allting, kan kopplas trådlöst i ett jättelikt nätverk som hela tiden svävar runtomkring dig. På Internet kan allt detta ske. Du kan vara vem du vill när du ger dig in i cyberspace. Peter Dahlberg (2002) hävdar att "begreppet virtuell pekar på en distinktion, en skillnad mellan verklighet och representation, mellan det >>riktiga<< och det föreställda." (s. 29). Genom simulering kan vi uppleva bilder, text och musik som nästintill fysiskt närvarande..

Lars-Erik Janlert talar i sin bok *Hemma i cyberspace* (1998) om att personer i cyberspace inte bemöts efter sitt fysiska utseende, fysiska bostad, plats, dialekt osv. I cyberspace finns egna regler om hur människan ska bete sig och allting är artificiellt. Cyberspace kan också vara en värld som vi vill leva i, en värld vi drömmer om. Sagofigurer, skräckfigurer eller andra varelser kan dyka upp och finnas om du vill det. Via länkar i cyberspace kan du glida runt från sida till sida på Internet. Du kan verkligen *surfa* på Internet. Cyberspace är stort och enligt Janlert vet man inte exakt hur stort det är. Men det är också kompakt och man kan enkelt referera till varandra utan att glida ut från informationsvärlden.

Lars-Erik Janlert drar i *Hemma i cyberspace* (1998), paralleller mellan cyberspace och Bibeln. Både dessa världar är en ram för människorna som är delaktiga i dem, en kommunikationsram. Människorna har samma referenser och regler och allting är på samma villkor. Normer bildas och i särskilda forum samtalar ett visst gäng människor. Det kan också finnas särskilda regler i ett visst forum; regler som inte nämns eller ingår i netikettreglerna. I ett forum som rör frågor kring Sagan om ringentriologin finns kanske skapade normer som säger att "här kallar ingen sig för "flikka\_sot\_socker17"" utan istället "WilliamTheWizard".

I cyberspace är vi tillsammans och umgås. Vi skapar band med andra människor och även utmanar till strid mellan olika grupperingar av människor. Vi kan skapa ting vi vill ha, skriva, rita, teckna, umgås, söka jobb. Är det någonting vi ångrar, kan vi enkelt trycka på "Undo". Går man iväg från datorn, är man samma person när man kommer tillbaka till cyberspace.

## 2.2.2 Aspekter på Jaget i cybervärlden

I onlinespel som *Final Fantasy* (Square Enix, 2002), kan du skapa karaktärer som du spelar mot andra användare med. Dock kan du inte skapa en karaktär från början, utan det finns ett gäng karaktärer att välja mellan. I *Sims* (Electronic Arts, 2000), kan du skapa en karaktär från början (dvs. din karaktär börjar på noll vad gäller erfarenheter, kunskaper och utseende). Du väljer kön, ålder, hårtyp, kläder, ansiktsdrag och strumpfärg då du skapar din nya figur. Du skapar även figurens personlighet via en mätare där du anger hur vänlig, arg, pigg, ohyfsad eller artig karaktären skall vara. Du skapar en person med personlighet och intressen som kommer att möta andra karaktärer du eller dina vänner skapat. Alla dina karaktärer möter sedan varandra på olika vis. Kanske råkar deras vägar mötas på ett café, på jobbet, på fester eller rätt vad det är ligger grannfiguren i din utomhuspool! Detta är fullkomligt normalt i *Sims* och just oväntat besök tycker oftast dina *simmar* är trevligt.

Man skulle kunna säga att du är som en *sim* i en stor cybervärld. Du kan själv bestämma din personlighet, om du vill vara avvaktande och mest intresserad av att läsa och höra vad andra besökare tycker, hävdar Sherry Turkle (1995). Du kan också vara rabiatt och upprorisk, även om det i själva verket är så att du är ytterst blygsam i verkliga livet. Tröttnar du på din image på nätet kan du alltid ”döda” dig, dvs. radera dina konton och antingen skapa nya eller välja att inte skapa några alls. Att man kan skapa ett nytt konto sekunder efter man raderat sitt första och på så vis föda en ny karaktär, med helt nya läggningar, intressen och personlighetsdrag.

Sherry Turkle hävdar i *Leva Online* (1995) att i samma ögonblick som vi stiger igenom skärmen omformas också våra nya identiteter på andra sidan glaset. Identitetsskapande och tillverkning av karaktärer i exempelvis *Sims* går hand i hand med rollspel. Inom rollspel skapar man också en karaktär, men som man möter andra spelare med. I *Sims* skapar man som bekant egna karaktärer och låter dem möta varandra. Men i en onlinespel låter man sin karaktär möta andra livs levande personers karaktärer. Man går runt i en fantasivärld och samlar vapen, mat och poäng. Man får poäng för utstrålning, utseende och charm. Varje karaktär har sina egna specialiteter och man väljer vilken sida man vill vara på, ond eller god. Ju mer du utforskar med din karaktär, ju starkare blir du som person. Man trevar runt, antingen i en textbaserad värld där allt du skriver in vart du vill gå och får upp text på skärmen om det nya rummet, eller så är det grafik och du ser



### Bild 1.

Screenshot från två karaktärer jag skapat i spelet *Sims*. Karaktären till vänster är en älva och representerar en av mina väninnor och hur jag ser henne. Figuren till höger är en slags ”gothtjej” och ska stå för mig själv.

”Man ser på spelare som människor som lämnar sina riktiga liv och problem bakom sig för att släppa loss i spelet. Enligt en annan uppfattning är rollspel deprimerande, till och med farliga. Denna bild finns med i den nu legendariska historien om en nedstämd student som försvann och begick självmord under en Dungeons and Dragons-omgång.”  
(Turkle, 1995, s. 230)

”Man kan vara vem man vill. Man kan oidentifiera sig själv totalt om man vill. Man kan vara av motsatt kön. Man kan vara mer pratsam. Man kan vara mindre pratsam. Vad som helst. Man kan vara vem som helst faktiskt, vem som helst som man har kapacitet att vara. Man behöver inte bry sig lika mycket om alla fack folk placerar en i. Det är lättare att förändra sättet på vilket människor uppfattar en, för allt de vet är det man berättar för dem. De tittar inte på ens kropp och drar slutsatser. De hör inte ens dialekt och drar slutsatser. Allt de ser är ens ord. Och det finns alltid där.”  
(Sherry Turkle, 1995, s. 226)

allting framför dig på skärmen. Du träffar alla de andra karaktärerna och kanske byter samlarsaker eller tar ut i strid med denne. Du är helt anonym bakom din karaktär. Folk känner dig bara som namnet på din figur och hur denne ser ut, instruerar Sherry Turkle.

Är du en kvinna som spelar, kan du välja att vara exempelvis en krigare av manligt kön. Du är kanske blyg och tillbakadragen i verkligheten. Det är med hjälp av din valda karaktär som du utövar alla dina önskningar och drömmar. Dock kan jag anse att du visst kan placeras i ett fack. Förvisso inte *du* som spelare, utan snarare din karaktär. Skapar du en figur i Sims med aningen besk karaktär, kommer de andra simmarna inte vilja umgås med din persona. Likadant kan det vara i onlinespel och det är förståeligt, berättar Turkle.

Turkle berättar vidare: genom att ge oss ut i cybervärlden och chatta, skapa karaktärer eller bara skriva mail, skapar vi oss identiteter. Internet påverkar sättet vi ser på oss själva och omgivningen omkring oss. Utan Internet lever människan med sin vanliga identitet; sin fysiska kropp och sitt psyke. Internet bryter mönstret och kan få användaren att skapa en ny identitet på nätet. Vem vill du vara? Du kan vara vem du än önskar. Du kan hoppa mellan dina olika karaktärer efter hur du känner dig: ”I go from channel to channel depending on my mood. I actually feel a part of several of the channels, several conversations. I’m different in the different chats. They bring out different things in me.”  
(Turkle, 1999, s. 643).

Howard Rheingold påstår i sin bok *The Virtual Community* (1994) om att man skapar sig en karaktär på nätet. Man låtsas att man är någon annan, eller varför inte flera olika karaktärer? Vidare skriver Rheingold om att det är våra psyken, våra inre önskningar och känslor, som bildar karaktären vi skapar.

Dock publicerades denna bok några år innan folk började använda Internet. Jag själv satt inte regelbundet framför datorn förrän vid år 1997-1998 och då var det ändå inte alls många av mina kamrater som hade e-postadresser. Därför bör man kanske ta Rheingolds litteratur med en nypa salt. Dock är Rheingolds tankar viktiga för min portal: att människor ska utforska och öppna sina inre psyken och låta information och erfarenheter välla ut för andra. Att dela med sig av saker, är att skapa sig en identitet. Andra ser din identitet och de skapar ett gäng på min sajt. För att förenkla detta finns två personas som bilaga 2 och 3. En *persona* är en påhittad person som har de intressen och attityder som passar in i en speciell situation. I mitt fall är det två personer som är typiska för dem som hamnar framför datorn och cybervärlden. Det framgår i personbeskrivningen

hur personerna tänker och agerar och på ett sätt som resulterar i att de hamnar vid datorn då de känner sig ensamma och inte riktigt förstådda av sina kamrater. Det är vidare stor chans att dessa personnas träffas och vad skulle hända då? Jo, *persona 1* skulle lära *persona 2* oerhört mycket om riktig vänskap, att man duger som man är och att man inte alltid måste hänga ute varje kväll. Hade Internet inte funnits, hade dessa två personnas aldrig mötts och försett varandras själar med näring och omtanke.

### 3. Vad är Digital Storytelling?

Digital Storytelling kan översättas på svenska som "digitalt berättande". Som nämnt i inledningen, har det alltid funnits ett behov att tala med varandra, berätta historier och föra kunskaper vidare genom generation till generation.

Förr samlades man runt brasan och talade med varandra. Man berättade om sin dag eller om någonting man varit med om. När datorer dök upp i folks hem under 1990-talet satte Digital Storytelling igång i USA. Personen bakom konceptet är Joe Lambert och med sin bok från 1993, *Digital Storytelling*, satte han världen i gungning och framförallt när det gäller kommunikationsbiten. Man kan säga att Storytelling började praktiseras redan på 60-talet, då världen började bli en trevligare plats att leva i. Människan förändras tack vare den nya, fria syn hon hade och hippiekulturen är en rörelse att nämna. Människan började tala med andra människor; demokratisering kom igång, humanism, politik, anarkism och frihet är ett par nyckelord som är viktiga för detta årtionde, menar Lambert. Den nya tiden blev som en renässans då folk började intressera sig för varandra. Men det var först 1993 och tack vare *American Film Institute* som begreppet Digital Storytelling blev känt och spritt världen över och ett fungerande koncept. Institutet höll då i en workshop där deltagarna fick lära sig att skapa filmklipp om någonting känsloladdat de varit med om; allt från depressioner till separationer och traumatiska minnen.

Som nämnt i inledningen deltog jag i en workshop på Malmö Högskola, hösten 2003. Jag skapade då mitt filmklipp i Abobes program *Première*, som visades upp för de andra deltagarna. Men för att skapa en historia som ska upp på nätet, hur gör man då?

#### 3.1 Film på nätet

Om nu Digital Storytelling ska implementeras på nätet, hur kommer det att gå? Sakerligen finns det människor som vill göra en komedi eller science fiction om aliens bara för att det är kul. Men då tror jag inte de söker sig till en sajt för digitalt historieberättande utan någon annan filmförening.

Hur en "vanlig" människa skapar en film behöver inte vara så svårt och kräver heller inga avancerade program för att lägga till ljud. Vad användaren gör är att skapa *multimedia*. "Multimedium" betyder att man samtidigt använder flera olika

presentationsformer, olika ”medier”, till exempel tal (röst), text, bild, grafik, rörliga bilder (video), musik, animering.” (Janlert 1998, s. 61). I *Windows Moviemaker*, som följer med Microsoft Windows, kan man skapa egna filmer genom att lägga in olika klipp på ett band. Det är helt enkelt att bara dra och släppa de olika bilderna, ljuden eller klippen man vill ha. Man lägger ljudet parallellt med en bild och det finns även möjlighet att spela in sin röst. En liknande ”tutorial” eller guide kan finnas på en sajt för digitalt historieberättande, för alla tycker inte det är självklart hur man skapar sin egna film.

Att ta upp dramaturgi på min tillhörande examenssajt kan ha många fördelar; användaren förstår vad som är väsentligt för att en film ska uppmuntra till publik. Det är exempelvis stor skillnad på att låta några bilder gå efter varandra i ett bildspel. Sätter man till ljud, lite olika zoomingeffekter eller övergångar, börjar det likna ett filmklipp och ger också ett mycket mer intressant intryck hos tittarna. De olika delarna inom dramaturgin som jag tog upp i föregående kapitel, kan vara värda att nämnas på tillhörande Community, då inte alla känner till begreppet dramaturgi. Genom att ge besökaren enkla tips på hur en film smidigast skapas, kan användaren spara mycket tid och frustration.

Jag anser att det viktiga inte är hur starkt budskapet är utan hur det når tittaren. Även om en författare gjort en film med ett starkt och traumatiskt budskap, kanske det bara är en som blir rörd och känner igen sig. De andra förstår inte riktigt. Men så visas en mer lättsam film, men ändå med en liten poäng, som går in hos fler.

Jag tycker också att en digital berättelse kan skapas utan röster. Vi ser ofta musikvideos men dock få som är instrumentala. Istället för någon som sjunger, har regissören eller författaren komponerat ihop ett par starka bilder som passar till musikens rytm. Sång behövs inte, då man förstår varför den ensamma, magra och smutsiga flickan sitter och gråter på en bänk någonstans i Afrika. Man sparar alltså på rösten och istället gör filmen stark med endast ljud och bilder.

När det gäller just dramaturgi finns det regler som säger hur regissören ska tänka vid skapandet av en film. Detta är punkter som inte är direkt nödvändiga för en vanlig användare av en digital storytellingsajt. Att rekvisita ligger på *exakt* samma plats på ett bord är ingenting som har högsta prioritet. När jag själv skapade mitt filmklipp hade jag infogat bilder på mig själv från många olika tillfällen; alltså hade jag både annorlunda tröjor och håruppsättningar vid de olika tillfällena. Det viktiga är ändå att man ser att det är mig det handlar om, eller en kvinna som får representera mig.

## 4. New media, kommunikation och meddelanden

Kommunikation på Internet togs upp redan i kapitel 2.1. Här kommer jag att gå igenom vad kommunikation innebär, vad *new media* har betytt för oss och vad som fanns innan datorerna kom.

### 4.1 Kommunikation och new media

Kommunikation, är enligt Jesper Falkheimers *Medier och kommunikation* (2001) någonting människan gör tillsammans med en annan människa. Han menar på att det inte rör sig om att åka tåg tillsammans, utan just själva *symboliken* i att göra saker tillsammans. Han drar en röd tråd mellan kommunikationen och *Gutenberg*, som uppfann tryckpressen och på så vis banade väg för de tekniska medierna. Falkheimer hävdar också att vi kommunicerar med hjälp av kläder, frisyrer och kroppshållning.

Gällande masskommunikation berättar Falkheimer att dess budskap är skapade av professionella kommunikatörer och når en stor skara människor snabbt och effektivt. Informationen går också via ett medium, exempelvis Internet, vårt *new media*. Denna nya media förändrar vårt samhälle genom att den kan nå vem som helst, var som helst. Förr hade vi bara tidningar och radio, vilket kanske inte nådde en plats lika fort. Med IT, *Informationsteknologi*, kan vi kommunicera med valfri plats, hävdar Falkheimer. Han talar också om de förändringar som skett på den senaste tiden. Ökad konkurrens, ökar mobilitet, samt förändrad journalistroll. Konkurrenten ökar eftersom de nya sätten att kommunicera blir fler. Det blir enklare att nå platser på jorden som förr inte kunnat nås, samt en journalist bör inte bara kunna media, utan även känna till IT.

Falkheimers teorier går hand i hand med *Marshall McLuhans*. McLuhan, en kanadensisk mediafilosof som redan i början på 1960-talet skrev boken *Global Village* (2001). I denna berättar han för oss om en ny media som kommer ta över radio, tidningar och TV. Han skriver om hur detta kommer att påverka sändare, innehåll och mottagare. Istället för att tala *till* människor, *från* människor, talar denna nya media, *new media* till *alla*. Du som sändare kan nå vem du vill och meddela vad som helst då det är mycket enklare att bli nådd via Internet. Katastrofen i Thailand berörde oss alla tack vare Internet. Organisationer byggde upp sajter på nätet och publicerade bilder från katastrofen. Hela världen kan nå dessa webbsidor. Folk som aldrig förr publicerat en artikel kan nu lägga

upp en text på Internet. Publicitet är mycket enklare med denna nya media, hävdar McLuhan. Förr krävdes utbildning och att du var man, för att kunna arbeta som journalist och få tillgång till att publicera artiklar. Idag kan vem som helst lägga upp en novell, receptsamling eller en s.k. *blogg* (dagbok), på nätet. De bästa av allt är att verkligen *alla* kan nå den, var de än befinner sig. Ibland vet du knappt vem som är avsändaren då det inte framgår lika tydligt. Falkheimer skriver noggrant om hur viktigt det är att välja ut målgrupp, meddelande och avsikt vid ett meddelande, medan McLuhan skriver mer om hur otroligt många man kan nå.

De som var ansvariga för texter i tidningar förr, var journalisterna och förlagen bakom tidningen. Idag kan det vara svårt att spåra vem som skapat en viss webbsida. Vem *äger* just denna sida? Att spåra vem som skrivit vad i forum kan också skapa problem. Dock kan man idag skapa *ip-loggar* som sparar information om alla besökare och registrerar från vilken dator meddelandet kommer från. På så vis kan man kontakta administratören för numret och komma åt en specifik användare, uttrycker McLuhan.

Marshall McLuhan (1994) samt Tom Andersson (2004) menar på att media är som en förlängning för våra sinnen. *New media* kan kallas *ett globalt samhälle* eller *globalisering* och i detta globala samhälle är alla våra sinnen vitt spridda. Människan på nätet blir som en ny grupp av människor som bor tillsammans, lever tillsammans och kommunicerar. Vi påverkar varandra genom våra liv och sätt att leva, tillsammans bildar vi ett nytt samhälle, fast på nätet. Alla former av media har en poäng och ett innehåll, enligt McLuhan. Alla former av media fungerar som innehåll för annan media. En novell eller roman är huvudinnehållet i en film. McLuhan fortsätter: "If the human ear can be compared to a radio receiver that is able to decode electromagnetic waves and record them as sound, the human voice may be compared to the radio transmitter in being able to translate sound into electromagnetic waves." (s. 80). Med detta uttalande kan man tänka sig hur människans tankar fungerar som ett medium och vad de har för slags förlängning.

En annan författare som analyserat McLuhans idéer är Paul Levinson. Han frågar sig: "*What medium serves as content for the Web, the equivalent of the novel for movies, or movies and the radio serial for TV?*" (Levinson, 2001 s. 37). Samma fråga kan jag ställa mig; vilken huvudmedia har Internet, vad är Internets huvudinnehåll? Enligt Levinson är Internet *allting* och innehåller *allting*. Internet innehåller bl.a. text, bild och

musik, vilket är bara tre medier i ett! Detta hävdar även Peter Dahlgren (2002), som drar paralleller mellan Internetmedier och tryckkonsten: ”En jämförelse kan här vara tryckkonsten, som ju också lett till olika medier, som böcker och tidningar, med ett stort antal undergenrer” (s. 90).

Tittar du på film på nätet, använder du dig av två medier. För det första är filmen byggd på en story, vilket är ett medium. Storyn uttrycks i en film, vilket är vårt andra medium. Lyssnar du på musik samtidigt intar du tre medier på en och samma gång och allt från samma källa, medium, dvs. datorn. Självfallet kan du ha din teve på samtidigt som din stereo, men då är det separerade källor. Att sätta Internet som ett medium kan anses fel, men Jesper Falkheimer hävdar att Internet är ett medium som vilket annat. Det utmanar också de tidigare etablerade formerna av kommunikation såsom radio, TV, tidningar osv. Press, radio och TV är offentlig envägskommunikation, medan Internet både används som offentlig och privat tvåvägs-, och envägskommunikation. (Falkheimer, 2001).

Peter Jakobsson diskuterar media i sin bok *Internet som strategiskt kommunikationsverktyg* (1998), och han drar paralleller mellan Internet som media och andra medier såsom TV, dagspress radio m.fl. Enligt hans undersökningar verkar det som att Internet är det smidigaste, snabbaste och jämförelsevis billigaste sättet att nå ut till folk snabbast och mest effektivt. TV, direktreklam och dagspress har höga kostnader och reklamen blir ofta icke aktuell. Utomhusreklam är dyrt och har långa bokningstider. Radio har, enligt Jakobsson, flexibel och har hög räckvidd. Dock är det ett ”bakgrundsmedium”. Peter Jakobsson berättar om att reklam på TV har en negativ klang och gör ofta att tittarna byter kanal istället för att göra det som är meningen med reklam: köpa produkten. I boken finns även att läsa om personlig kontakt med en säljare. Internet kan fungera som personlig försäljning och direktkontakt, vilket är bra, då kunden/besökaren får det han/hon vill ha.

Sajten jag skapar kommer att utveckla ett eget litet samhälle för människor som är intresserade av att berätta historier. På så vis går mina idéer hand i hand med Marshall McLuhans. Det blir en *global village* för oss som vill dela med oss av våra historier och erfarenheter. Hur hade mitt Community sett ut om McLuhan inte hade yttrat sina ord på 60talet? Inte bara Joe Lambert, utan även Levinson och McLuhan talar om att det var på 60talet folk började prata med varandra. Som tidigare nämnt i kapitel 2.1, skrev Joe Lambert om 60talets utveckling i sin bok *Digital Storytelling* (2002).

## 5. Webbaserad Storytelling



**Bild 2.**

Fray.com är en sajt för digitalt berättande. Det krävs ingen registrering, du bara skickar iväg din story och håller tummarna. Andra besökare kan läsa och kommentera din publicerade historia. Många historier finns upplagda och det verkar vara mycket trafik

### 5.1 Redan existerande sajter

I detta avsnitt kommer jag att beskriva några stora Communities som finns på nätet. Jag kommer att se på sajterna dels som en interaktionsdesigner samt dels ur ett digital storytellingperspektiv. Jag har valt just sajterna Fray och Storylink.org för att de är så nära digital storytelling man kan komma. Vad som menas med just webbaserad storytelling är hur storytelling (berättande) kan implementeras på Internet och hur resultatet blir. Jag kommer att redogöra för hur dessa två sajter jag studerat, får folk att dela med sig av sina historier, vilka tjänster sajten erbjuder och hur det faktiskt funkar att använda dem.

#### 5.1.1 The Fray

En sajt jag noggrant studerat är The Fray (<http://www.fray.com>, 2005-04-12). Här kan du skicka in din historia och få andra användares kommentarer på den. Dock är det inte världens bästa feedback då jag testade att skicka in min historia. Jag fick dock ett meddelande på min skärm om att antingen får jag svar från deras administratör eller så får jag det inte. Jag fick det inte och jag har heller inte sett min historia uppe. Det finns ingen möjlighet att registrera sig. Besökaren skickar in en historia och anger sitt namn samt mailadress. Kommentarer skriver man enkelt i ett formulär efter varje historia. På så sätt kan man egentligen skriva fem kommentarer med olika namn varje gång. Registrering underlättar skräppost eller andra inlägg som inte för hemma på sajten.

Designen av ens historia sköter personerna bakom The Fray. På varje historia framgår det klart och tydligt vem som författat och designat vad. Aningen tråkigt måste jag medge, då designern inte kan veta exakt vad för intryck som författaren vill förmedla. Det brukar inte vara så väldigt intrycksfull design, utan mest lite bårder, bakgrundsfärg samt små figurer. Kanske hade folk tvekat att skicka in en story om de även skulle göra designen. Kanske saknas kunskaper. Jag tycker ändå det borde vara upp till var och en om de vill göra sin egen design eller ej samt att man åtminstone borde kunna skicka med en bild på intrycken som skall förmedlas i storyn.

Återkopplingen var bra, jag fick reda på vad som skulle hända närmast då jag skickat in min historia. På många sajter blir man som besökare direkt skickad till



### Bild 3

Storylink.org går mer in på själva begreppet digital storytelling och redogör hur du på bästa och mest effektiva sätt skapar din egna historia. Dock fungerade endast en länk och den verkade inte så aktiv gällande besökare eller gänget bakom.

förstasidan efter att ha kontaktat gänget bakom portalen. Då vet man ju inte om det formulär man fyllt i faktiskt skickats eller om det blev fel.

Alla element på sajten Fray är snyggt placerade så man får en överblick av vad som finns på sidan. Bilder har bra bildtext och man ser vilken text som hör till vilken bild. Besökaren får dessutom en bra överblick på hur många historier av varje kategori det finns, vilket gör att man blir lockad att läsa många av dem. Jag anser dock att det är lite svårt att navigera, det finns ingen direkt meny än länksamlingen längst ner på sidan, (Criminal, hope, work, drugs) Det krävdes ett antal runtklickningar innan jag fann var jag skulle ladda upp min story. Bredvid de olika kategorierna finns ytterligare länkar (is, storyblog, shop, events). Jag skulle rekommendera ett mer beskrivande namn istället för "is". Bakom denna länk gömmer sig information om vad Fray är, vilket man dock kan gissa sig till. Jag anser att "about" är ett mer passande länknamn. När det gäller "shop" tycker jag inte det känns direkt lockande att köpa kaffemuggar med Frays logga på. (Vad har det med digital storytelling att göra?) Är man ett stort fan av Fray är det dock förstäligt, men inte får mig som vanlig besökare.

Historierna som besökarna fått publicerade är lite väl långa och det är ofta ny design på varje sida i en historia, vilket kan förvirra läsaren. Jag undrade om jag gått över till en annan historia eller om det är samma fortfarande. Kommentarer från de som läst storyn löper i slutet av varje historia, vilket följer naturligt och bra. Av de jag läste, var det ingen läsare som skrivit störiga svar, utan allting sköter sig seriöst.

De flesta sidorna är som sagt fint upplagda tack vare tabeller, men det finns också en mängd delsidor som är mer eller mindre röriga. Jag får en känsla av att de olika elementen är inkastade utan att de använt sig av någon designteori. Förvirring uppstår och jag vet inte vad jag ska klicka på, då alla synliga bilder och textfält är klickbara. Eftersom det inte finns en huvudmeny är jag rädd att jag ska komma bort från den sida jag har uppe, så det jag får göra är att öppna länkarna i nya fönster. Fray har en kalender/evenemanglista som passar väl ihop med såväl bakgrunden som textfärgen, vilket ger ett läckert och välplanerat intryck. Det framgår dessutom tydligt var olika evenemang inträffar och när.

Vad Fray behöver arbeta på är sin huvudmeny, som för tillfället inte existerar. De borde dessutom få igång något speciellt system för alla länkar de har. På förstasidan möts besökaren av mängder av små tabellindelade notiser med länkar. Åter igen bör det nämnas att eftersom det inte finns en permanent huvudmeny, vet jag inte

huruvida de olika länkarna är relaterade till varandra och hur jag kommer tillbaka till föregående sida. Som tidigare nämnt är jag rädd att hamna vilse i deras sajt och får öppna nya fönster för varje ny länk jag klickar på.

Att t.ex. ha en liten notis om att man kan köpa musik från iTunes.com, känns även detta icke relevant för sajten och dess syfte. Alltså krävs ett menysystem med t.ex. underkategorier så besökaren hittar. Alternativt en så kallad sajkarta där man ser hur alla sidor är relaterade till varandra.

### 5.1.2 Storylink.org

Storylink (<http://www.storylink.org>, 2005-04-18) är en storytellingsite med färger som går bra ihop. Tydliga rubriker som talar om vad sajten är till för och hur du tar dig runt. Jag saknar dock en rejäl meny som ständigt följer med var man än befinner sig på sajten. Dock har storylink.org en form av meny, men den kommer upp först när man klickar på en länk och förflyttar sig till en annan sida. Bilden på personen som åker skateboard på förstasidan är väldigt effektiv, då man verkligen förstår att på denna sajt ska man skriva om äventyr eller händelser man varit med om. Medlemskap krävs men det är lite svårt att ta sig vidare från första sidan om man inte redan är medlem, vilket man såklart inte är vid första besöket. Jag klickar på "Enter" längst nere i högra hörnet, vilket är den enda knapp som fungerar som länk till en annan sida. Dock tror man att denna är för att klicka på då man fyllt i sina uppgifter, men den fungerar att klicka på även som icke-medlem.

Sidan har några tips som förklarar hur man skapar en historia på deras sajt, dock fungerar inte bläddringsfunktionerna i dokumentet så texten slutar mitt i ett stycke, men det kan man läsa är lättförståeligt. Själva sajten är snygg och ren, dock ger den lite för blått och framförallt kyligt intryck plus att det är svårt att navigera. Väldigt trist att länkarna inte fungerande men som sagt är det i skrivande stund och sajten kanske är nyligen publicerad.

Jag klickar på "Sök" längst upp till höger, utan att fylla i något i sökfältet. Jag förväntar mig någon slags respons att jag glömt ange vad jag söker. Istället får jag upp tre filmer, antar jag det är. Först förstår jag inte riktigt vad det är jag fått upp, då jag inte sökt efter någonting.

Som en interaktionsdesigner skulle jag råda dem till att använda lite mildare och vänligare färger. Blått ger ett väldigt kallt intryck och det frestar inte mig till att

registrera. Jag får heller ingen riktig förklaring till varför jag ska registrera mig. Dela med mig av min story, det är det enda som framgår. Det borde redan på förstasidan framgå *hur* man gör dessa stories. Listan på filmerna jag fick upp bör också vara detaljerad. De borde stå lite kort vad den handlar om, vem som gjort den och varför etc.

Sajten verkar inte direkt genomtänkt och det mesta känns rentav inslängt utan någon hänsyn till besökaren. Men dock väldigt bra att den är koncentrerad på att medlemmarna ska ladda upp sina filmer och att huvudpunkten inte ligger på att skaffa en date. Jag hade också velat veta när sajten är skapad, av vem osv., vilket inte framgår. Jag tycker också sajten borde ha en meny som följer med hela tiden, från första början och inte efter att ha klickat på en länk. Så fort besökaren lämnat första sidan och klickar sig in på själva sajten, ändras gränssnittet en aning och länkarna/rubriken från förstasidan ändras till något annat. Detta ger ett rörigt intryck och jag vet inte var jag befinner mig eller hur jag kommer tillbaka. Dock dyker det upp en meny till höger som man kan navigera genom. Men menyn är inte komplett och jag fastnar i de olika dokumenten. Det är viktigt då man använder frames, att länka korrekt så att fönstren inte öppnar sig i varandra, resultatet blir väldigt korrupt då själva fönstret blir mindre och mindre på grund av att dokumenten öppnas upp i istället för ovanpå varandra.

## 6. Aspekter inom Interaktionsdesign

### 6.1 Definition av Interaktionsdesign

Att utforma en sajt eller produkt som interaktionsdesigner innebär att man tar fram alla viktiga delar så att beställaren och målgruppen blir ense och tillfreds. Alla viktiga syften ska vara uppfyllda. Interaktionsdesign är inte detsamma som grafisk formgivning, utan kommunikationen mellan produkten och användaren. En mycket stor del av interaktionsdesignen är därför att formge produktens beteende att *formge det som inte syns*, hävdar Ottersten. (2002). En interaktionsdesigner arbetar alltså med samspelet mellan produkt och användare och så fort interaktionsdesignern fått en bild om beställarens önskemål bör han eller hon göra upp en skiss på produkten. God interaktionsdesign är ingenting användaren direkt ska tänka på, utan sker då han eller hon enkelt kan skriva rapporter, söka efter telefonnummer, registrera sina CV etc. utan att bli arg, förvirrad, stressad eller på något sätt stött av interaktionen mellan sig själv som användare och applikationen.

Lars-Erik Janlert talar i sin bok *Hemma i cyberspace* (1995) om interaktionsformer: ”Denna utveckling påverkar givetvis användningssättet: det ställs allt högre och allt mer varierande krav på vilket sätt människor och datorer ska komma i kontakt med varandra” (s. 38). Ju mer vi utvecklar och gör avancerade program, desto mer krävs av programmet. Programmet måste kunna kommunicera väl med användaren annars är det lönlöst att tillverka program och system då ingen kan använda dem!

Att få en webbplats att vara användarvänlig verkar vara något som företag har svårt för idag. De överlåter kanske presentationen och informationen om produkten till utvecklaren. En Community bör självfallet också ha ett användarvänligt *gränssnitt* som samtidigt är attraktivt med färger som passar ihop (dvs. inte rosa text på röd bakgrund). En Community kan se attraktiv ut, men det är ingen garanti för användarvänlighet. Utan användarvänlighet kommer potentiella användare inte registrera sig. Registrerar sig ingen får sajten heller inga besökande. Sajten finns då inte heller, skulle man kunna säga.

## 6.2 Designprinciper

En designteori är en speciell teori inom design som används vid skapande av en produkt. I mitt fall gäller det skapandet av en webbplats och i de kommande kapitlen tar jag upp användbarhetsbegrepp inom Interaktionsdesign som rör mitt projekt.

### 6.2.1 Funktionell design

Funktionell design innebär hur en produkt eller sajt fungerar: Den funktionella designen sätter fokus på att göra det enkelt och behagligt att utföra de uppgifter som leder användaren närmare sitt mål, menar Ottersten (2002). Det innebär med andra ord text, färg, bilder, typsnitt samt sidövergångar. Ofta bör en s.k. linjär interaktion finnas, en speciell ordning hur användaren navigerar eller tar sig runt på en sajt (Först 1, sen 2, sen 3). Det bör alltså finnas en följd av handlingar som är självklara och inte en massa ”runthoppande”. Mina aspekter inom funktionell design kan du läsa mer om i följande kapitel.

### 6.2.2 Usability Goals

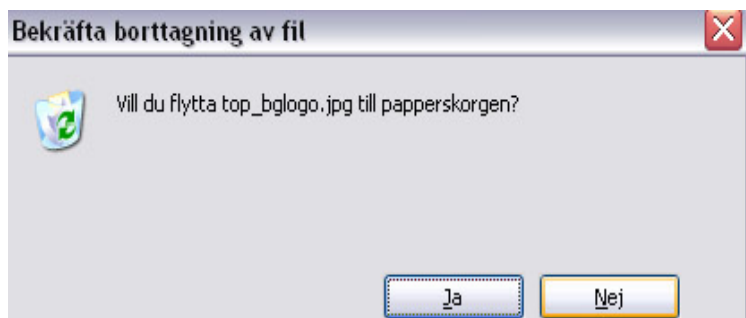
Usability Goals är ett begrepp inom Interaktionsdesign som behandlar hur *användbart* systemet är. Det skall vara effektivt samtidigt som det är roligt att använda. Även om mitt Community inte direkt ska lära ut något ska det ändå informera och särskilt vara enkelt att använda, annars står jag där med en sajt utan användare. Användbarhet är indelat i olika mål:

#### 6.2.2.1 Effektivitet

Systemet ska kunna göra vad det är skapat för. Ett program som Microsoft Word är skapat för att kunna behandla texter; en ordbehandlare. Hade inte programmet fungerat vid uppsatsskrivande, är det inte värt sitt pris. Detta gäller även Communityt jag skapat; går det inte att logga in och ladda upp filer, är det heller ingen mening med att publicera det.

#### 6.2.2.2 Kompetens

Behandlar hur en viss produkt eller ett system är att använda. I boken *Interaction Design* (Preece, 2002) menar Jenny Preece att en användare inte ska behöva fylla i all information två gånger vid ett formulär. Tyvärr är detta vanligt på webben och SJ är ett exempel



**Bild 4.**

Klassisk fråga från Windows, är du säker på det här? Det är faktiskt inte alltid man får en sådan fråga, särskilt inte på Internet.

(<http://www.sj.se>. Besökt 2005-05-15). Varje gång en kund gör ett reseköp, måste han/hon ange sin adress, telefonnummer, kontokort och telefonnummer. Databaser är ofta förekommande på webbsajter som ska hantera kunduppgifter och borde även tillämpas hos SJ. På en del forum krävs registrering utan att man förstår varför och något mitt emellan verkar inte existera. På min projektsajt ska besökaren inte behöva fylla i all persondata varje gång för att kunna ladda upp sin historia; därför har jag använt mig av en databas där medlemmens information finns sparad. Dock behöver jag inte samma mängd uppgifter av medlemmen som SJ kräver av sina. Jag erbjuder ingen biljettförsäljning och kräver endast ett användarnamn samt önskat lösenord. Mer om detta finns beskrivet i kapitel 7.

Kompetens står även för att systemet eller produkten ska vara anpassad efter sin målgrupp. Är det en grupp avancerade matematiker som ska ha ett system att räkna ut variabler  $i$ , ska systemet inte ligga på basnivå och bara kunna räkna ut tal  $i$  stil med  $1+1$ .

#### 6.2.2.3 Säkerhet

Säkerhet handlar om att användaren inte ska råka ut för farliga händelser olyckshändelser i ett system. Detta gäller väl främst program likt Microsoft Word, som tenderar till att stänga ner sig själv så fort man öppnar *Arkiv*. På ett Community ska det vara enkla dialoger och meddelanden från systemet. En sådan simpel företeelse som när man av misstag trycker på "radera". Ofta får man då ett meddelande där det står "är du säker på detta?" men det är faktiskt inte alltid det sker. Bekräftningar är viktiga och går hand i hand med felmeddelanden.

#### 6.2.2.4 Nytt

Denna punkt behandlar vilken nytta programmet eller systemet gör. På sajten ska medlemmarna kunna ladda upp filer och kommentera andras upplagda filer. Skulle de då bara kunna ladda upp en länk eller en väldigt liten fil, hade sajten inte varit till så stor nytta för besökarna.

### 6.2.2.5 Lärande

Människan gillar inte att lägga ner mängder av tid på ett visst system eller program. Ingen av sajtens besökare ska behöva sätta sig ner föra att försöka förstå hur man gör för att ladda upp en fil.

Jenny Preece talar i sin bok *Interaction design* (2002), om tio-minuters-reglen: "It proposes that novice users should be able to learn how to use a system in under 10 minutes." (s. 16) Det tycker jag är en god regel, men dock är det sällan ett system går att lära sig på mindre än tio minuter. Då jag satte mig in i CMS-systemet *Plone* (se kapitel 7 om den tekniska delen), tog det mig åtskilliga timmar för att ens våga ändra namnet på en fil. En användare vill inte lägga ner dyrbar tid på ett system och då blir det som jag gjorde: provar ett annat system. Hade jag varit totalt ny inom webb, hade jag förmodligen valt ett annat CMS-system, men då jag faktiskt behärskar programmering valde jag att skriva koden själv från grunden. Det kan inte upprepas för många gånger: om ett system inte fungerar för användaren, är det upp till honom om han vill lämna eller stanna kvar. Förmodligen väljer han att lämna ditt system för ett annat. Din förlorade kund kan dessutom "snacka skit" om ditt program för andra tänkbara användare.

## 6.3 Att anpassa utseende efter användaren

Användbarhet är en kvalitetsegenskap hos interaktiva produkter. En produkt har hög användbarhet om den uppfyller beställarens och målgruppernas syften, menar Ottersten, (2002). Jag skapar en portal för digitalt berättande men det är nästintill omöjligt att finna var medlemmarna berättar sina historier, är den inte direkt användbar. Har jag glömt lägga upp möjligheten att publicera historier, är den rentav usel. En portal som är användbar, är vänlig att använda. Man hittar bland alla länkar, man finner harmoni av bilder och text och färgerna passar fint ihop. Besökaren uppfattar sidan som något bra, att alla element flyter samman på ett bra sätt och man vill utforska den mer och mer för varje besök. Det finns inte en massa flygande blommor eller ljud i bakgrunden som ligger och tär på besökarens tålamod. Sajten ska anpassas till den som skall använda den och besökaren ska uppleva den som behaglig att använda, annars förlorar den sina medlemmar.

Sajten Helgon (<http://www.helgon.net>, 2005-03-21) är ett Community för ungdomar med alternativ musik-, och klädstil (exempelvis hårdrockare, syntare, punkare



Bild 5 & 6  
Helgon.net kontra Badboll.nu, vilken av  
dessa Communities passar dig?

osv.). Det gråa, dystra färgschemat och den nästintill ”spöklika” tjejen på framsidan lockar denna grupp av människor. Just namnet, ”Helgon”, är roligt ironiskt, då medlemmarna på denna portal sällan ser sig själva som ”helgon” utan mer som ”farliga” när de springer runt på musikfestivaler med påtryckbara vampyrtyänder, vitmålade ansikten och mängder av piercings i ansiktet.

Bild 5 och 6 visar hur två skilda Communities ser ut. Den översta bilden är sajten Helgon.net (<http://www.helgon.net>. Besökt 2005-05-12) och känns igen på sitt gråa gränssnitt. En svarthårig, likblek tjej med dystert ansiktsuttryck pryder framsidan och ger en inblick i vilka människor som spenderar tid inne på detta Community. Bild 6 är sajten Badboll.nu (<http://www.badboll.nu>, Besökt 2005-05-12) och här förekommer främst så kallade ”technonissar” som lyssnar på glad, dansant och elektronisk techno. Framsidan är psykedeliskt lila och en tecknad flicka iklädd illgul klänning tittar lite förföriskt på besökaren. Badbollen har hon vid sin sida. Det är stor skillnad på de olika gränssnitten; grått, dystert och kallt hos Helgon.net, medan det är somrigt, glättigt och lite lekfullt hos Badboll.nu.

Vid studier av ett Community för människor som gillar elektronisk och dansant musik såsom techno och trance, ser det ut som till vänster här intill. Indexsidan är härligt mysig i mörklila och en tecknad flicka iklädd utmanande, gul dress samt rosalila hår inbjuder till färgglada tankar, vilket ofta associeras med just rave, techno och trance. Vad jag vill visa med dessa screenshots är just att man ska anpassa allting efter användaren. Ett gäng ”depprockare” hade nog kräkts av bara tanken att registrera sig på Badboll, medan Helgon.net plockar fram deras destruktiva tankar om blod och svarta rosor. Dessa Communitys indexsidor är perfekt anpassade efter sin målgrupp, anser både jag och Ottersten.

## 6.4 ”Självtjäning eller ren tortyr”

Boken *Drömwebben* (2004), tar upp ”problemet” med självtjäning på Internet; många företag lägger upp sajter och funktioner på nätet för att kunderna ska kunna betjäna sig själva och på så sätt underlätta arbetet för de anställda (så de slipper bli nerringda av alla som vill beställa, men istället skapar de långa köer på supporten istället!). Företagen vill inte ha kontakt med sina kunder, kan det verka som. Just citatet till vänster, uttrycker författarens tankar då hon ska registrera sin CV på en sajt. Det är ofta vi stöter på

obegripliga felmeddelanden på företagens webbplatser. I boken berättar Maria Langen om alla besvär med att registrera sin CV. Det är inte bara lång väntan på att dokumentet ska laddas upp, det kommer underliga felmeddelanden på skärmen som hon inte begriper ett dyft av. Är det detta som ska kallas självbetjäning eller är det kanske snarare ren tortyr? Många företag verkar inte kundtesta sina webbplatser innan de publicerar dem för allmänheten.

Lite längre fram i boken talar Langen om bra självbetjäning och hur den kan användas. Många exempel känner vi igen. Ska vi åka flyg, kan vi skriva ut biljetterna när vi checkar in, endast genom att dra VISA-kortet genom en dator. Voilá, biljetterna ligger i din hand. Kunder brukar också kunna betala räkningar via datorbanken, istället för att gå ner till den fysiska banken eller använda giroblanketter som ska postas. Jobb kan med fördel sökas på nätet, broschyrer kan laddas ned, nyheter kan läsas, årsredovisningar hos företag kan studeras och läsa om vad som gäller vid lägenhetsbyte, namnbyte, adoption eller vad man än kan tänka sig. SJ fungerar bra att boka biljetter via. Jag och många av mina vänner beställer ofta resor via nätet och med en kod man får när man betalt sina biljetter med VISA, kan man sedan få sina biljetter i hand. Det är bara att ange koden i en av SJs automater så har man biljetterna där. Detsamma gäller SAS.

En sajt som inte är användarvänlig gör besökaren stressad, irriterad och förbannad. Förtroendet kan minska vilket kan resultera att en kund istället väljer konkurrenten. Det är inte ovanligt att gränssnittet ändras vid varje länk eller att en sajt inte fungerar i andra webbläsare än Explorer. Åter igen gäller det att testa webbsidan på många olika datorer, webbläsare och olika personer. Det som är självklart för en person är kanske inte självklart för en annan. En webbplats bör ha ett syfte och en målgrupp och bör vara anpassad därefter (se kapitel 6.3. om *Utseende efter användaren*) Är sajten utvecklad för att kunden ska kunna beställa biljetter, ska detta också fungera i praktiken. Att det jämt kommer felmeddelanden när kunden vill beställa accepteras inte! Den ska vara snabb att använda, särskilt för den som besöker sajten för första gången. En webbplats är väl till för att underlätta? Låt den också göra det! För långa texter och rader med underligt teckensnitt är inte mysigt för besökarens ögon. Kunden kommer att välja en annan konkurrent.

Huruvida en sajt är snygg eller ej brukar hänga ihop med om den är lättnavigerad, texten är enkel att läsa och bilderna relevanta, lagom stora och snabbbladdade. Informationen ska lyftas fram och syftet för sajten för snabbt förmedlas

samtidigt som innehållet bör vara kvalitetsgaranterat, dvs. pålitligt och innehållet ska vara väl strukturerat. Startsidan bör ge en inblick i sajtens kvalitet och brukar ge besökaren ett första intryck. Är den rörig, är det lätt att få ett negativt intryck, vilket är onödigt. Möts man av flashiga introduktioner ska en länk i stil med ”skippa intro” finnas. Att mötas av en flashig sajt som håller på laddas och utan ”skippa intro” gör att många besökare stänger ner sidan istället. De orkar inte vänta. De vet kanske inte vad som finns efter introt, men de bryr sig inte. Är den så dålig att personen bakom inte tänkt på att underlätta med en länk som gör att man kan hoppa över introt, kan resten inte vara något att ha.

”The goal of the study was to identify usability problems in the revised interface. More specifically, the evaluators wanted to know if the revised way of categorizing information, suggested by the experts evaluators, worked”  
(Preece 2002, s. 432).

#### 6.4.1 Förnekelse av användbarhet

När jag köpte min mobiltelefon blev jag rasande. Menyerna var särskrivna! Jag klarar inte av att använda en produkt som inte gått igenom användartester, vilket denna telefon inte verkar ha gjort. I boken *Användbarhet i praktiken* (Ottersten, 2002) talas det om vad företag använder för ursäkter för att inte användartesta sina produkter. Ett par klassiska är ”Det har gått bra hittills, varför skulle vi ändra...”, ”Jamen, dom lär sig ju”, ”Svårigheter med produkten hanterar vi med utbildning, support och dokumentation!”, ”Användbarhet ökar utvecklingskostnaderna samt försenar projektet!”. Samtliga försvarsreplikor är bara rent påhitt hävdar författaren Att ett projekt skulle försenas p.g.a. att man kör användartester är ingenting som försenar, enligt boken. Användbarheten ska inte ses som ett tillägg. Det bästa sättet är att bemanna projektet med team där användbarhetskompetens finns med hela vägen, hävdar Ottersten (2002). Istället för att se det som ett tillägg som jag nämnde innan, ska det ses som en del av projektet, hela vägen. Att lösa det med dokumentation för användarna är fruktansvärt. Användaren måste själv lägga ner tid och energi på att sätta sig in i en produkt eller ett system. Jag kan inte tvinga användare att registrera sig på en portal jag skapar. Är den usel användarmässigt, är det upp till dem om de vill lägga sin tid på annat och det är du själv som står där med en sajt som ingen besöker.

Vid användartestande av en portal, uttalar sig Jenny Preece om hur viktigt det är att försäkra sig om att ingenting går fel när användaren sitter där (se citat till vänster).

Maria Langen tar i sin bok *Drömwebben* upp ett par andra ursäkter som lyder: ”Självbetjäning löser allt”, ”Om sidan är bra lär sig folk hitta den” samt ”Vi har inte

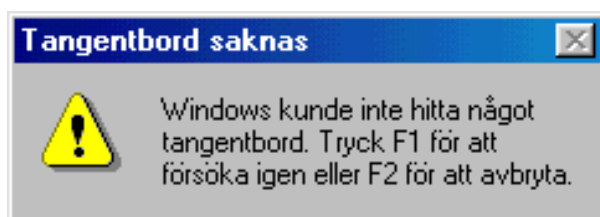


Bild 7

Härligt exempel på dålig information från dator till användare. Meddelanden som detta är inget man vill få på skärmen.

tid, vi har inte råd". Visst ser vi ett samband mellan Otterstens och Langens exempel? Langen drar paralleller mellan ett hus utan lister samt en icke komplett hemsida: "Alla som har byggt hus vet att det är 'livsfarligt' att flytta in innan sista listerna är på plats." Det kan jag inte annat än att hålla med om! En icke komplett sajt är en sajt som inte testats och en sådan sajt bör inte anses som komplett.

#### 6.4.2 Felmeddelanden

Ett felmeddelande bör se ut på samma sätt alltid för att inte förvirra användaren. Dock bör alla sorters informations-, och varningsmeddelanden se likadana ut; informationsmeddelanden med utropstecken, varningsmeddelanden med en triangel samt felmeddelanden med en uppehållen hand.

När det gäller knapparna användaren trycker på i ett meddelandefönster, bör dessa också vara enkla att förstå. Ett perfekt exempel plockar jag ur boken *Grafiska användargränssnitt*. Här ser vi en bild på ett felmeddelande med informationen: "Om du uppdaterar kan du inte ångra." Knapparna som finns för användaren att använda sig av är Nej/Ja. Liksom bildtexten förklarar kan "ja och nej uppfattas tvetydigt". Det är bättre med knappar i stil med "Avbryt" och "Uppdatera". Vidare anger tre punkter efter ett ord på en knapp att det kommer en dialogruta när man klickat på knappen. Figur X här bredvid visar att efter "Open File..." syns tre punkter. När man klickat på att man vill öppna en fil, kommer vanligtvis en dialogruta upp om att man ska välja den fil man vill öppna, då datorn inte kan veta detta. Val som "Close" behöver ingen bekräftelse om det inte gäller program man är inne i, exempelvis Microsoft Word, då programmet brukar fråga om man verkligen vill stänga ner det man håller på med. Likadant gäller exit. Då denna meny är hämtad från en webbläsare behövs ofta ingen bekräftelse då man klickar på "Exit",

#### 6.5 Romaner på webben?

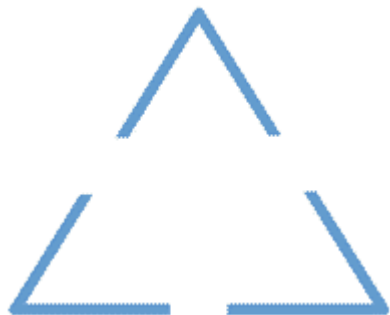
Att skriva text på en webbplats är inte alls samma sak som att skriva en roman i pappersform. Det tar längre tid att läsa text på skärmen så därför bör längre texter ha möjligheten att skrivas ut. Man kan också göra en kort sammanfattning på sajten och sedan hänvisa besökaren till den fullständiga, utskiftbara versionen.

Vad man betonar är också viktigt. Att kursivera mycket text är enormt jobbigt för besökaren att läsa. Understyrkningar får endast förekomma hos länkar. Namnet



### Bild 8 & 9

Att göra om de klassiska ikonernas betydelser skapar förvirring och irritation av användaren. Ett hus för ”hem” är välbekant jämfört med samma hus vid ”support”.



### Bild 10

Tre vanliga linjer eller en triangel?

på länkar bör inte vara mer än max två ord, helst ett, för att användaren ska koppla direkt vad som sker om han/hon klickar på ordet. Man kan betona länkar genom att kursivera dem. Boken *Drömwebben* tar upp ett exempel om hur man inte ska formatera en länk: ”En textlänk som till exempel pekar på möjligheten att beställa kontorsmaterial, bör vara länkad ’beställ kontorsmaterial’ och inte ’beställ kontorsmaterial’. Det är alltså resultatet som räknas, inte handlingen.”

Vidare bör besökaren förvarnas inför länkar som öppnar upp andra program som worddokument, stora bilder, Adobe Acrobatfiler (pdf) eller musikfiler. Att sitta och vänta på att filen ska öppnas för att kunna stänga ner den, är inte kul. Mindre kul är även när man besöker personliga hemsidor och klickar på personens länkar. Att inte varnas för att en länk är något annat än en koppling mellan webbdokument kan resultera i att hela ens låtlista i *Winamp* raderas och ett inspelat klipp från personens hund spelas upp.

## 6.5 Symboler, tecken och färger

Det finns klassiska symboler på nätet. Sök brukar vara ett förstoringsglas eller en kikare, hem brukar vara en ikon på ett hus och medlemmar kan vara en bild på två siluetter. I textredigeringsprogram brukar en bild på en diskett betyda ”spara”, en skrivare för ”skriv ut”, ett stort ”A” för att byta teckensnitt, en pensel för klistra in osv. Att byta betydelse på dessa ikoner är fullkomligt onödigt och att designa annorlunda ikoner kan skapa förvirring för användaren. För att förtydliga detta ses två bilder till vänster som exempel på klassisk ikon för ”Home”, vilken finns i webbläsaren *Explorer*. Att byta ut ”Home” mot ”Support” fungerar inte då vi aldrig sett ”Support” tillsammans med en ikon som det står ”Home” på. Ett litet hus passar perfekt att klicka på då man just vill hem, medan ett hus inte ger intrycket av att ”här får du support om du kört fast”.

Vidare använder sig människan av *closure* för att känna igen ikoner. (se bild 10 här intill). Med closure innebär att personen som ser på en bild själv skapar sin uppfattning om vad bilden föreställer, även om den inte är komplett. Se figur till vänster som egentligen bara är tre linjer. Eftersom vi alla sett en triangel förut och då vi känner igen formen, bildar vi oss själva en uppfattning om att detta är en triangel. Detta är någonting man kan använda sig av och på så sätt få användaren att titta en extra gång.

Vilka färger man använder sig av i meddelanden av olika slag är värt att tänka en gång extra på. Är man inne på en sida där man ska registrera sig som användare

och man glömmer fylla i något fält brukar påminnelsen ofta göras tydlig med röd text eller bakgrund. En ruta med illröd bakgrund kan vara skrämmande enligt min mening. Ofta tänker jag ”hoppsan vad har jag nu gjort”. Många gånger tycker jag det räcker med att endast använda sig av en fetare formatering samt röd textfärg. Rött i sig lyser rätt kraftigt, just för att uppmärksamma användaren. Rött används som bekant som STOPP vid signalljus i trafiken; även på skyltar, den klassiska Stoppskylten, varningstriangeln etc. Lars-Erik Janlert berättar i sin bok *Hemma i cyberspace* (1998) om trafikljus. Trafikljus som lyser rött står bekant för stopp. Dessutom informeras vi genom att ljuset ändras långsamt från grönt, orange, till rött samt att rött är placerat över de andra färgerna. Ett trafikljus är som Janlert säger, information på två sätt och informerar extra bra vad som gäller. Vidare ger grönt en signal om att allt är okej, kör på och att allting är lugnt. Blått används ofta vid något rent, kliniskt. Gult är för förändring, att man ska se upp. Antagligen därför detta används i växling mellan grönt till rött vid trafikljus. Liksom det står i boken *Grafiska användargränssnitt*, bör för många färger inte användas på en och samma gång då detta kan stressa besökaren. Många färger på skärmen gör en sannerligen nervös och stressad. Men en alldeles vit och svart sida gör att man nästintill somnar.

I boken *Andra världar* (2005) tar författaren Tom Andersson upp samma teorier kring ljussignaler som Janlert. Andersson talar om att trafikljus är budskap och när bilföraren ser det röda ljuset längst upp, kör han inte på utan stannar.

Lars-Erik Janlert talar också om att typsnittet ska vara ett vanligt förekommande typsnitt. På många webbsidor används tecknen *Verdana* eller *Tahoma*, dvs. utan seriffer. Med seriff menas ”de små vinklarna i ändarna” ([www.susning.nu](http://www.susning.nu) 2005-04-11) och tecken med seriffer är de tecknen som ofta används i längre texter, t.exempelvis romaner.

## 6.6 Att anpassa gränssnitt för användaren

Ett gränssnitt bestående av färger och former uppfattas väldigt olika beroende på vem det är och i vilken världsdel personen sitter i. Ben Shneiderman tar upp problemet i sin bok *Designing the user interface* (1992). Han förklarar att det tydligt framgår hur japaner och kineser läser av en skärm jämfört med engelsmän eller fransoser. Detta är en intressant aspekt på grund av skillnaderna. En designer måste alltså förbereda sig för internationalisering. En sajt kan besökas av vem som helst på hela jordklotet, vilket många

kanske inte tänker på. Publicerar man en sajt för just hela världen (exempelvis på engelska) finns det ett par saker man bör tänka på, som Shneiderman även tar upp i sin bok. Speciella bokstäver, högerställd/vänsterställd text, tidsformat, valutor, adresser, punktsättning, policy, sidans framtoning, ikoner och knappar, namn och titlar samt olika former av mått och vikt. Har man en webbshop och accepterar leveranser till andra världsdelar måste också portalen vara anpassad därefter. Vikt, pris och adress bör vara utsatt så att alla förstår vad som menas. Hur ofta har man inte besökt en webbshop där det endast är engelska mått utsatta trots att företaget bakom erbjuder försäljning till mig i Sverige. Förvisso finns det ypperliga översättningsverktyg på nätet, men det är inte alla som vet hur man finner eller använder dessa. Jag kan inte ta för givet att alla förstår vad svenska enheter och mått innebär. Exempelvis är amerikanska storlekar mindre jämfört med europeiska.

Vidare kan blinda eller synskadade människor ha speciella funktioner i sina webbläsare. Vid betoning av ett ord (exempelvis en rubrik) är det viktigt att inte använda punkter mellan bokstäverna. Jakob Nielsen uttrycker sig i boken *Användbara hemsidor* att ovanlig interpunktion minskar läsbarheten och är irriterande för synskadade besökare vars ljudwebbläsare bokstaverar ordet istället för att läsa upp det som ett vanligt ord.

Vad gäller mitt projekt kommer jag att förklara alla funktioner på portalen. Allting ska finnas förklarat så frågetecken uteblir; några förbryllade mail ska inte nå min inkorg. Sajten kommer inte att finnas på engelska, alltså behöver jag bara ägna tid åt svenska tidsformat och eftersom designen var bestämd från början, behöver jag heller inte ägna tid åt var elementen ska placeras för maximal uppmärksamhet.

Jag kommer alltså inte ta hänsyn till några speciella hjälpfunktioner utan det är något varje användare får ställa in på respektive webbläsare.

## 7. En webbportal för digitalt berättande

I detta kapitel kommer två olika tekniska lösningar att beskrivas och diskuteras. Båda lösningarna har varit delar av projektet om att skapa en portal för digitalbridge om digitalt historieberättande.

### 7.1 Tillvägagångssätt

Något som redan är konstaterat i kapitel 6, är att det redan finns ett par sajter för digitalt historieberättande. Men någon svensk sådan finns inte, vilket som tidigare nämnts är min uppgift i detta projekt. Jag har studerat olika communities, vilka framgår i kapitel 6, och framförallt analyserat deras sätt att uttrycka sig, förmedla sitt syfte och sättet att servera sina funktioner på, ur en interaktionsdesigners ögon. Vad de saknar, kommer jag att försöka implementera, vad de har i överflöd, kommer jag att bortse från.

Genom att få en inblick i hur dagens ungdomar tänker kring webbplatser, frågade jag via ett formulär en åttondeklass om deras Internetanvändande. Jag e-postade även ut en enkät om allmänt Internetanvändande och denna gång bland en mer blandad grupp människor. Mer om detta följer i kapitel 7.2.

### 7.2 Enkäter om Internetanvändande

En enkät för elever i åttonde-nionde klass delades ut via e-post. Jag skickade först enkäten till min lillasyster som sedan mailade ut den till alla i sin klass (se bilaga 4). Totalt 30 personer fick enkäten och endast fyra av dem svarade. Jag förväntade mig att de flesta av dem skulle vara aktiva vid någon form av community, vilket även blev resultatet. Enkäten delades ut i början av examensperioden och jag märkte snabbt att jag saknade underlag för vilka som faktiskt befinner sig på nätet. Det blev aktuellt att skapa ännu ett frågeformulär att dela ut bland lite mer blandade åldrar och typer av människor. Enkäten (se bilaga 5) skickades även denna ut som e-post till några kurskamrater, min uppdragsgivare och kamrater i min vänskapskrets.

Ett konstaterande är att alla som svarat på mina enkäter använder Internet i stort sett dagligen. De flesta av dem finns som medlemmar på Communities, särskilt den yngre skaran människor som svarade på den första enkäten (bilaga 4).

Det finns dock en anledning att se kritiskt på enkätsvaren. På grund av den lilla skaran svar jag fick in, är det svårt att säga att *alla* använder Internet idag, eftersom det totala antalet svar jag fått ligger på 12 personer. Detta är en mycket liten samling människor, men utgör ändå en bas.

Några av dem som använder Internet dagligen träffar också sina nätkompisar IRL. Varför man träffar människor är olika, *person 1* i bilaga 5 använder sig av Internet för att söka sexpartners, *person 2* håller kontakten med vänner som man inte annars ringer och *person 3* söker träffa likasinnade eller människor som inte är så ytliga. Vad jag tidigare nämnt så är det många med problem som söker sig till Internet. I kapitel 2.2.1 nämner jag pojken Stewart som inte kan umgås med människor i verkligheten. Internet blir hans räddning och så kan det vara för många. Att dessa människor möts på Internet istället gör att de stärks och finner varandra. Internet är inte som en krog där man dömer varandra efter utseendet eller på grund av saker man sagt den första kvarten (*om man nu sagt något*).

Många av dem som svarat anser att Internet är något bra och även den tid de inte använder till att vara online på Communities, spenderar de på nätet. Enligt svaren är det många som skriver och svarar på e-postmeddelanden när de inte är aktiva på Communities. Det är ingen aktiv chatt att maila någon men ock en kommunikationsform (se kapitel 2.1.1). Vad som är glasklart är att Internet används som källa vid informationssökning. En svarande använder Internet så flitigt att denne läser av väderprognoser och lär sig saker kring html (se person 8 i bilaga 2). Vidare har några träffat alla eller sina flesta vänner via Internet och en tankeställare är hur dessa personer skapat vänner tidigare i livet, innan Internet fanns. (Med detta menas inte att de är "enstöringar" som inte haft vänner tidigare!)

### 7.3 Webbsidan

För att skapa en sajt för digitalt historieberättande behövs en stark databas, var mitt första konstaterande. En databas krävs för lagring av filmklipp, meddelanden och bilder. Som tidigare nämnts i kapitel 3.2.2.2., har SJ inga registreringsmöjligheter. Då en kund ska boka och beställa en resa via Internet får han eller hon snällt fylla i adress, telefonnummer, kontonummer och lösenord varje gång. Som tidigare nämnt vore det mer



**Bild 11**  
Föreningen digitalbridges webbplats och även mina riktlinjer för hur designen ska se ut.

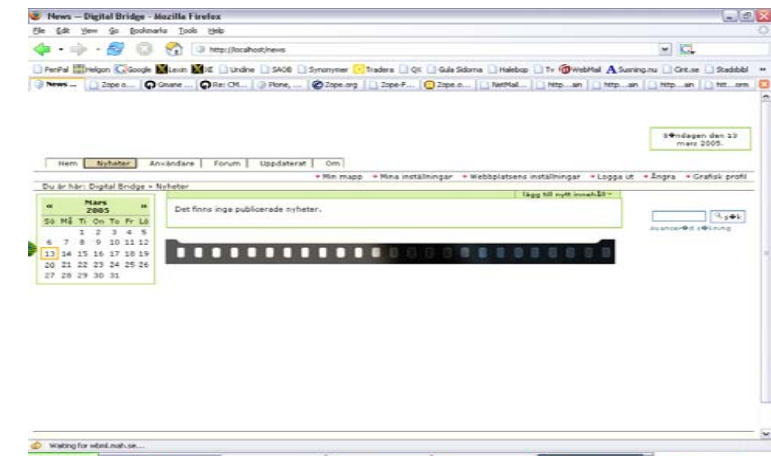
praktiskt med en databas och medlemsregistrering för i alla fall de som t.ex. veckopendlar.

Jag bestämde mig för att alla medlemmar ska registrera sig, till skillnad från Fray (se kapitel 5.1.1.). Detta just för att hålla ordning på vem som publicerat vad, att andra ska kunna kommentera materialet som finns på sajten och under ett och samma användarnamn. Att en besökare kan lämna två kommentarer på samma bild med två olika alias, är ingenting som är trevligt. Jag vill gärna ha kontroll över vilka som publicerar vad och även om någon betar sig illa. Att ha en form av behörighetskontroll är också av intresse för mig.

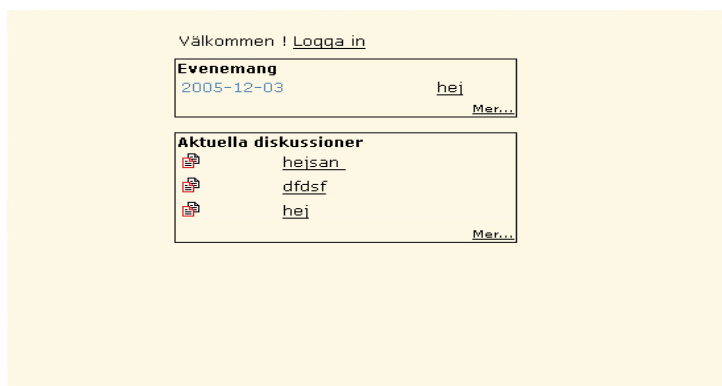
Jag bestämde mig för att slå på stort och lära mig ett *Content Managementsystem*. Jag var helt ny inom detta område men ville ha en säker och icke buggig sajt som kunde hantera mycket information, filer, medlemmar och skapa olika behörigheter mellan användarna. Jag valde systemet *Plone*. Ett sådant system programmeras i språken Python och PHP, *Hypertext Preprocessor*. CMS-system är idealistiska för dem som vill publicera en sajt med relativt mycket info och som ska kunna hantera användare och ge dem olika roller (medlem, administratör osv.) och själva systemet är mittpunkten där all information flödar och distribueras mellan de olika målgrupperna.

Plone är inget jag sätter ett godkänt på när det gäller användbarhet. För dem som är första användare är det enormt tids-, och energikrävande. Plone är *open source* vilket innebär "öppen kod" dvs. tillgängligt och gratis för alla. Medlemmar kan också vara med själva att utveckla systemet. Då ett program är "open source" brukar det inte finnas så mycket hjälp om man kört fast i utvecklingen. Dock fann jag en webbaserad dokumentation på engelska, skriven av personerna bakom Plone. Medlemmarna hade möjlighet att kommentera varje kapitel i hjälpen och det var inga positiva svar de hade lämnat på den tillhörande webbsidan. Ofta var det förbryllade användare som skrev att beskrivna instruktioner inte fungerade.

Plone skapar en speciell fil som blir själva databasen och inte en MS Accesfil som många själva gör då de skapar databaser. Det som ofta var problem med Plone var just databaskopplingarna och hur man flyttar info mellan datorer. Jag satt exempelvis Ibland i skolan och programmerade och ibland hemma vid min egen dator. Att då ta reda på vilka filer som är viktiga att flytta med var ingen lek. I en databas kan man dessutom

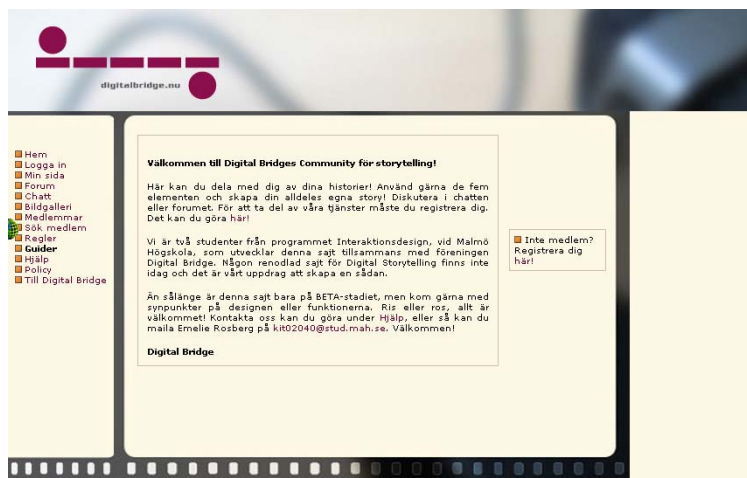


**Bild 12**  
Ploneversionen av sajten blev inte så lyckad.



**Bild 13**

Min första laborering med medlemmar, registrering och tilldelning av roller.



**Bild 14**

Den första "riktiga" versionen.

enkelt se alla filer man använt sig av. Det var svårt för mig att se vilka bilder jag laddat upp och var de faktiskt lagrades.

Att ändra det grafiska var också ett problem. Ofta krävdes speciella tilläggsprogram, exempelvis ett för att få Plone på svenska, samt ett annat för att ändra gränssnittet med något som kallas *WYSIWUG* (What you see is what you get). *WYSIWUG* är ett program som använder sig av "drag and drop", vilket innebär att man drar alla element dit man vill ha dem. Hela Plonesajten är uppbyggd i ett stort rutnät som var väldigt svårt att förstå sig på. Att dra en kalender till en bestämd ruta betydde inte att den hamnade i den rutan jag valt, utan i tre rutor ner, där den inte alls passade in.

För att ändra färger såsom bakgrunder och textfärg krävs det att användaren skapar speciella skins. Istället för att klicka på ett element, som t.ex. en textruta, och där välja färg för text och bakgrund, går man till en avdelning som heter "skins". I skinsmappen skapar sina färgscheman genom att ange färg för alla element man vill ska ha den färgen och sedan döpa filen till något passande. Därefter går man tillbaka till kalenderelementet och väljer det skin man vill ha på kalendern. Vill jag byta färg på ett teckensitt får jag snällt gå tillbaka till skinfilen och justera färg för teckensnittet. Självfallet kan man skapa så många skins man vill, men att hela tiden gå in under skins och sedan skapa nya, var fruktansvärt enerverande. När man då skapat en textruta och vill se på alla skins som finns, klickar man upp en popupruta och får där se alla skins i form av förhandsvisningar. Det var bra med denna förhandsvisningsfunktion, då jag lätt glömde namn och färg på alla skins jag skapat. Dock gjorde dessa popups min dator långsam och trött.

När det gäller hjälpen från Ploneutvecklarna var de inte ofta villiga att hjälpa oss användare. Dessutom verkade det som att det var så otroligt individuella problem, då mycket var avgörande på hur man installerat Plone, vilka inställningar man har för övrigt i sin dator och i vilka mappar man sparar saker. På en hemsida fann jag ett par redan klara skinfiler som jag sparade på min hårddisk. (Många som använder plone skapar skins som de lägger upp på personliga hemsidor för allmänheten) Eftersom jag inte hade kunskap om i vilka mappar man får lägga filer, sparade jag bara ner filerna i en mapp jag tyckte hade passande namn för skins. Det visade sig sedan att jag hade en undermapp för mycket i skinsmappen, vilket man inte fick ha. Skinfilen ska ligga direkt under mappen *skins*, något som jag inte hade kunskap om. Jag kom på felet när jag satt och flyttade runt



### Bild 15

Den slutgiltiga versionen av digitalbridges webbplats för digitalt berättande.

mapparna i hopp om att lösa mina buggar den vägen. Som tur var lyckades jag lösa detta problem, men ytterligare funderingar återstod.

För mig slocknade glöden då jag satt i flera veckor med att försöka skapa en flik i webbsidan som skulle länka till en viss sida. Jag lyckades skapa själva flikelementet men att sedan länka den var inte genomförbart. Jag läste mängder av hjälper och guider av Ploneutvecklarna, samt användare som gjort egna guider, men deras instruktioner hjälpte inte. Förmodligen var det fel i mitt mappsysteem igen och det var då jag raderade hela systemet.

Då jag lagt *Plone* åt sidan bestämde jag mig istället för att göra allting på egen hand och från början, så jag verkligen förstår vilka filer jag arbetar med, exakt var allting ligger och varför de har ett visst system och relation till varandra. Mitt nya språk blev ASP, *Active server pages*, som jag är bekant med sedan tidigare. Jag byggde snabbt upp en enkel modell i form av registreringsformulär, personlig sida, galleri, forum osv. (se bild 13). Jag kunde också passa på att skapa en sajt som var identisk med digitalbridges. Föreningen hade önskemål om att sajten ska likna deras hemsida (bild 11). Min Ploneversion (bild 12) var som sagt svår att ändra på, vilket resulterade i att den inte alls blev lik föreningens beigebruna sida. Nu när jag har total kontroll över sajten och själv har lagt in alla bilder, textfärger och bakgrunder för hand, blir både mina och föreningens önskemål uppfyllda.

När det gäller de olika versionerna vilka framgår av bild 14 och 15 har menyn kortats när gällande antalet länkar samt förflyttats upp en aning. Tidigare bildade länkarna en lista med ord under varandra. Aktuell projektsida (bild 15) har länkarna horisontellt och där länklistan tidigare befann sig finns numera loginfältet, en överblick över de senaste inloggade medlemmarna samt indikering av nya meddelanden. Denna indikering visas då medlemmen loggat in i loginrutan som vidare försvinner efter inloggning.

Fältet längst till höger som tidigare var beige, är nu liknande med den bakgrund som syns under loggan längst upp; detta för att ge sidan ett mer levande intryck inte bara enfärgad och tråkig.

När det gäller rolltilldelningen av medlemmarna är denna lagd åt sidan. Eftersom det bara finns ett fåtal funktioner på sajten (uppladdning av bilder/media, meddelandeskrivande och forumsfunktion), behövs ingen roll som administratör längre.

Förvisso kan medlemmar fortfarande skriva elaka saker till andra medlemmar, men det är faktiskt jag som skapare av webbplatsen som tillhandahåller databasen. Med det vill sägas att det är fritt för mig att radera elaka inlägg, bilder och t.o.m. hela användaren.

## 7.4 Användartestande

Att användartesta en portal är nödvändigt. Jenny Preece nämner i sin bok *Interaction design* (2002): "A central aspect of interaction design is user testing" (s. 429). Alltså är användartestning en central punkt inom Interaktionsdesign, liksom att välja ut sina testare. Preece frågar sig "But what is a typical user?" (Interaction design 2002, s. 440). Min första testperson är ett småsyskon på 15 år jag vet är enormt aktiv på nätet och med datorer över lag. Testningen skedde var då jag gått över från *Plone* och precis byggt den första egenskapade versionen. När en användare postar ett inlägg i ett forum är det inte det valda användarnamnet som visas, utan för-, och efternamn, vilket var en miss från min sida. Vidare hade jag stoppat in alldeles för många ifyllningsfält om adress, stad, land etc. Min testperson tyckte inte det var lockande att vara sig posta ett inlägg med sitt fullständiga namn eller att fylla i det långa formuläret med telefonnummer och andra icke nödvändiga data. Därför övervägde jag att den blivande medlemmen endast skulle behöva ange önskat användarnamn, e-postadress samt ett lösenord som skrivs två gånger (för att minska felskrivning). Att ange sitt önskade lösenord två gånger var också något som min testperson påpekade. I min första version av den nya sajten, kunde användaren endast skriva sitt begärda lösenord en gång, vilket inte är bra. Besökaren kan, som tidigare nämnt, av misstag trycka ner fel tangent och på så sätt registrera ett lösenord som han/hon inte kommer känna till senare. Dock har jag lagt till en funktion så att användaren kan få en påminnelse om sitt lösenord. Han eller hon fyller i sitt användarnamn och får lösenordet via e-post.

Vid min andra användartestning använde jag mig av en testperson vid kön kvinna och ålder 23. Denna testperson tyckte att det behövdes någon form av bekräftelse då man loggat ut. Som det såg ut då, skickades användaren bara till förstasidan, vilket gjorde att man kanske inte begripit om man blivit utloggad eller ej. Detta kan vara viktigt då användaren sitter vid en offentlig dator på exempelvis bibliotek. Att veta att man är ordentligt utloggad känns betryggande så ingen kan klicka bakåt i webbläsaren och komma in på någon annans konto. Vidare hade jag också programmerat en liten chatt,

vilket min testperson ansåg oviktigt. Hon hävdade att på en sajt som denna, dvs. ett community för digitalt historieberättande med uppladdning av filer, behövs ingen chatt. Användarna kommer förmodligen inte intressera sig för chatten, utan hålla sig i forumet eller gallerierna. Dessa åsikter tog jag tillvara på och raderade chatten.

Varje medlem har sin egen presentationssida där han eller hon kan skriva kort om sig själv och lite kontaktinfo. Han/hon kan också ladda upp en liten bild på sig själv eller välja en av sajtens avатарer. I början hade jag en hel drös av information användaren kunde ange; allt från skostorlek till husdjur. Mina båda testpersoner undrade vad detta var bra för, då meningen med sajten inte är att finna sin själsfrände eller partner, utan att dela med sig av sina historier. De tyckte t.o.m. att en presentation inte behövdes. Dock övervägde jag att ändå behålla en kort överblick om personen så man ändå kan kolla vem en viss skribent är.

## 7.5 Mina kriterier för en bra hemsida

Tack vare mina observationer på redan existerande sajter i kapitel 5 har jag mina bestämda åsikter på hur en sajt för webbaserad Storytelling bör se ut. Jag har också min expertis inom Interaktionsdesign jag ska ta med mig till sajten.

Det första som kan vara en viktig del är menysystemet på sidan. Varken Fray eller Storylink.org har permanenta menyer som följer med var man än befinner sig. The Fray har som tidigare nämnts, en liten meny i form av ikoner längst ned på sidan, där man tar sig runt mellan de fyra olika kategorierna. Storylink väljer att visa sin meny när man kommit vidare från förstasidan in på själva sajten. Storylink kan ses lite som en bok; man öppnar försättsbladet och ger sig in i bokens värld. Förstasidan är bara en presentationssida av själva sajten där det står vad detta är och varför. Det kan ju ha sin charm, men man undrar lite vad man ska göra och om detta är hela sajten. Som tidigare nämnts går det inte att vare sig registrera sig någonstans, logga in eller klicka på någonting annat än en enterknapp som är placerad strax bredvid loginfältet. För det första, bör loginområdet vara placerat högre upp och strax vid mitten. Detta för att det är där vi tittar först. Att ha menyer eller annan viktig information längst ner brukar inte vara så effektivt. Denna plats brukar vara avsedd till information om kontaktuppgifter, copyright samt årtal då sajten varit igång. Denna information har The Fray men inte Storylink.org.

När det gäller feedback av ändrade uppgifter krävs det att man förstår vad som meddelas tillbaka till mig som användare. Då en användare uppdaterar sina personliga inställningar såsom e-post och lösenord, bör han eller hon få ett bekräftelsemeddelande på skärmen att informationen är uppdaterad. Detta meddelande är med fördel i svart färg, då rött får en att se upp. Röd textfärg brukar tillämpas då något är felaktigt; vid fel lösenord eller dylikt. Att även ha röd text som löpande text eller under bilder, kan ge ett nervöst intryck hos användaren. Vad även framgår i kapitel 6.5 om färger ska en webbdesigner vara sparsam med röd färg på text.

## 7.6 digitalbridges funktioner

Från att ha varit en ganska stor och omständlig sajt är den nu en smärt och viktig community. I början av min egenkodade version krävde jag mycket av den blivande medlemmen. Inte bara fullständigt namn skulle anges, utan även telefonnummer och postnummer. Efter mycket testkörande ansåg jag och mina testpersoner att detta inte behövdes. När medlemmen loggat in ändras alla länkarna i menyn; detta för att minska antalet länkar och på så vis förhindra förvirring hos medlemmen.

Det första besökaren ser på sajten är ett välkomstmeddelande samt några länkar om vad föreningen är, cookies (det är dessutom lag på att varje sajt som använder cookies ska förklara hur respektive cookie används), vem som gjort själva sajten, hur en story skapas och kontaktinformation. Detta är vanliga länkar som många andra sajter har. Jag frågade i min enkät (se bilaga 4) om det var viktigt att det på webbsidan framgår vilken förening som ligger bakom sajten och det var förvisso bara en som tyckte detta var av vikt. Dock valde jag att ta tillvara på det uttalandet då jag själv anser det viktigt att man meddelar vem man är och till vilket syfte man skapar en portal för berättande.

När det gäller information om hur man skapar en historia, har jag bara rakt av kopierat det som står på digitalbridges hemsida. Det är ju trots allt exakt samma sak. Jag har också kopierat ett textstycke om vem föreningen är och vad de gör. Jag anser här att så mycket information inte behövs, eftersom de flesta besökarna lär komma via föreningens hemsida eller är medlemmar i digitalbridge och har gått till communityt via ett nyhetsbrev. På så vis känner de till föreningen och jag behöver inte förklara mer ingående vad digitalbridge arbetar för.

Så fort besökaren loggat in ändras menyn till en annan länksamling. Medlemmen får också en indikering om nya meddelanden där loginrutan var placerad innan inloggning. Personen kan sedan gå vidare till de olika valmöjligheterna som finns: gästbok, inställningar, inkorgen, bildgalleri, medlemmar samt forum. Alla dessa länkar är nu placerade där föregående länkar låg (dvs. cookies, om föreningen osv.). Detta för att minska förvirring hos användaren. Information om cookies osv. behövs inte när medlemmen loggat in, utan är en person osäker på om han eller hon accepterar cookies, läser denne informationen och tar sedan ställning. Att läsa information om cookies i efterhand känns onödigt; men vill man kan information läsas efter utloggning.

De tre första länknamnen säger sig själva men gällande bildgalleriet kan medlemmen lägga upp och kolla in andra registrerade användares bilder. Användaren laddar helt enkelt upp en bild och skriver en text till bilden. Andra medlemmar kan sedan posta kommentarer eller lägga upp sina egna bilder. Då en medlem laddat upp en bild, får denne ett meddelande om att bilden är skickad till administratören för granskning. Detta är någonting som jag anser bra i ett galleri då jag inte önskar se fel sorts bilder uppladdade. Förvisso vill jag inbilla mig att det är skärpta människor som söker sig till digitalbridges storytellingcommunity, men för att vara på den säkra sidan och ha sajten under kontroll, har jag valt att ha det enligt ovan. Då mina testpersoner laddat upp bilder och mötts av meddelandet har de inte protesterat; ej heller har de som svarat på min enkät.

Varje medlem har en egen sida. Som nämnt i föregående kapitel om användartestandet, var det inte så populärt med en för ingående presentationssida, vilket jag kan hålla med om nu i efterhand. Att låta användaren fylla i allting om sitt liv känns onödigt när det inte gäller att tala om vilket skonummer man har, utan att faktiskt vara aktiv i forumet och ladda upp bilder och historier.

## 8. Slutsats

Det har tidigare nämnts i rapporten och det tåls att beröras igen: människan har i alla händelser kommunicerat med varandra och det fordras kommunikation för att varje individ ska känna sig tillfreds med sig själv och kunna utvecklas socialt och även mentalt. Genom att kommunicera åstadkommer människan olika roller och identiteter. Detta är identiteter i det konkreta livet och baseras på hur man är som person, vad man jobbar med osv. Men en identitet kan också skapas på ett ”artificiellt” sätt, dvs. via nätet. Dagens mängd av sätt att kommunicera erbjuder alltid något som passar varje individ. Något som är omåttligt populärt är MUDs och de karaktärer varje användare kan skapa. Det är din karaktär du lever genom och är ditt ansikte utåt mot andra spelare; karaktärer. På chatter och forum skapar du dig också en slags karaktär via ditt användarnamn och dina inlägg. Du kan posta inlägg om vad du så önskar (inom lagens ramar givetvis) och få andra användares synpunkter och aspekter på vad du publicerat. Det hela kan tillämpas som en form av terapi, vilket underlättar för dem som har såväl psykiska som fysiska handikapp. Som tidigare nämnts förekommer det dem som inte ens kan bege sig ut och handla bröd och mjölk på grund av t.ex. ångest; hur ska en sådan person kunna ta sig till en terapeut?

Det är sådana aspekter som är viktiga och gör värde på Internet; dvs. människor möts och kommunicerar som aldrig förr av den orsaken att du aldrig är ditt riktiga ansikte utåt. Enligt mina enkäter som tidigare diskuterats, tror många det underlättar att knyta kontakter och finna likasinnade på nätet, vilket även jag menar på.

När det gäller Internet som medium är det tack vare våra mediafilosofer som McLuhan och Rheingold som började diskutera *new media* och hur media fungerar som en förläning till våra sinnen. Det är värt att fråga sig hur Internet och cybervärlden hade sett ut idag om inte dessa belästa filosofer gjort sig hörda på 60talet. McLuhans böcker diskuterar mycket kring huruvida Internet är ett eller flera medier. Liksom Paul Levinson och Peter Dahlgren, anser McLuhan att Internet innehåller flera medier. De laborerar alla vidare med hur Internet påverkar oss alla; som jag tidigare nämnde berörde Thailands tsunamivåg hela världen och alla som hade tillgång till TV, radio och särskilt Internet. Sekunden efter att en webbsajt skapades med bilder på flodvågens märken, kan jag på andra sidan jordklotet logga in på Internet och besöka samma sajt. Musik kan läggas till på sidan, som jag kan lyssna på. Webbsidan är skaparens förlängning av sina sinnen av vad han eller hon vill förmedla till mig som mottagare.

När vi talar om begreppet digital storytelling, något som dök upp på 60talet, samtidigt som McLuhan och de ovan nämnda filosoferna, kom detta som sagt att påverka många av oss på ett gott sätt. Eftersom vi talade mer med varandra skapade Joe Lambert sina digital storytellingbegrepp, som spreds vidare via hans bok med samma titel.

Webbsidor anpassade för digital storytelling finns att använda för dem som önskar. Dock är det tendens till att vara rörigt på dessa sajter med för stor mängd information inslängd utan tanke på designprinciper.

En webbportal i enlighet med konceptet digital storytelling bör inte likna en Community som uppmanar besökaren att finna sin livspartner. Mängden information medlemmen ska behöva ange vid registrering bör vara begränsad till det minimala då digitalbridge inte har behövlighet av personens hemadress för att medlemmen ska kunna publicera en historia om sitt liv. Medlemmen kan också tänkas ha en presentationssida med kort introduktion om vem han eller hon är och kanske vad syftet med medlemskapet är.

Elementen som är att rekommendera för en portal för digitalt historieberättande är ett gemensamt galleri där bilder och multimedia kan laddas upp och diskuteras av andra medlemmar. Detta just för att skapa den eftersträlvade kommunikationen mellan användarna och för att ge varandra återkoppling. För enbart kommunikation via text finns forumet, där allt mellan himmel och jord kan debatteras. Vill en medlem skicka ett personligt meddelande till en annan registrerad, finns en enkel mailfunktion.

För att understödja förståelsen av designen är min projektportal nästintill identisk med föreningen digitalbridges webbplats. Det ger en inverkan av samhörighet och igenkännelse, vilket är av stor vikt enligt begreppet Interaktionsdesign. För att besökaren ska förstå till max vad som är avsikten med sajten är det bra med information om hur en film formas; enkla tips om hur man samlar bilder, råd om hur bilder kan tonas ihop i varandra osv. Detta är enkla men ändå värdefulla tips som förhindrar frustration och möjliga tecken av tvekande inför en registrering.

Som sagt är det många som får ut bra saker av Internet; de finner vänner, partners och värdefull information. Att människor trivs är ju huvudsaken men tillämpas också Interaktionsdesign på ett korrekt sätt så att användarna slipper bli frustrerad har man nått målet.

## 9. Källförteckning

### Litteratur

- Andersson, Tom. *Andra världar* Studentlitteratur: Lund 2005
- Andrén, Peter, et al. *Grafiska användargränssnitt*, Studentlitteratur: Lund 1993
- Berggren, Christina & Herdenberg, Anna. *Nätjuridisk guide*, Norstedts Juridik 1999
- Dahlgren, Peter (red.) *Internet, medier och kommunikation*. Studentlitteratur: Lund 2002.
- Falkheimer Jesper. *Medier och kommunikation*. Studentlitteratur: Lund 2001.
- Fornäs, J., Klein, K., Ladendorf, M., Sundén, J., Svenningsson, Malin. *Digital Borderlands* Peter Lang Publishing: New York 2002.
- Granath, Thomas. *Medieboken. Manus och dramaturgi för film*. Liber AB: Malmö 1998.
- Holeton, Richard, et al. *Composing Cyberspace*. McGraw- Hill: USA 1998.
- Hård af Segerstad, Peder. *Kommunikation och Information*. Uppsala Publishing House: Uppsala 2002.
- Jakobsson, Peter. *Internet som strategiskt kommunikationsverktyg*. Studentlitteratur: Lund 1998.
- Janlert, Lars-Erik. *Hemma i cyberspace*. Scandinavian University Press: Lund 1995.
- Lambert, Joe. *Digital Storytelling- Capturing Lives Creating Community*. Digital Diner Press: California 2002.
- Langen, Maria. *Drömwebben*. Uppsala Publishing House AB: Uppsala 2004.
- Levinson, Paul. *Digital McLuhan*. 2<sup>nd</sup> Edition. Routledge: New York 2001.
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media* Mit Press: USA 1994.
- McLuhan, M. & Q. Fiore. *War and Peace in the Global Village*. Gingko Press: Hamburg 2001.
- Ottersten, Ingrid & Berndtsson, Johan. *Användbarhet i praktiken*. Studentlitteratur: Lund, 2002.
- Mitchell, J. William. *Den digitala staden*, Massachusetts Institute of Technology: Stockholm 1995.
- Nielsen, Jakob. *Användbara hemsidor*. New Riders Pub: Indianapolis 2001.
- Preece, Jenny et al. *Interaction Design*. John Wiley & Sons Inc: Chichester 2002.
- Rheingold, Howard. *The Virtual Community*. Minerva: London 1995.
- Shneiderman, Ben. *Designing the user interface* 2<sup>nd</sup> Edition. Addison Wesley: UK 1992.”
- Turkle, Sherry. *Leva Online*. Massachusetts Institute of Technology, 1995.

### Internet

- Badboll Community <http://www.badboll.nu/> (Besökt 2005-05-10)
- Fray (1996) *The Fray*. <http://www.fray.com> (Besökt 2005-03-09)
- Helgon.net- inga helgon direkt <http://www.helgon.net> (Besökt 2005-05-10)

LunarWorks. (1996). *LunarStorm*. <http://www.lunarstorm.se> (Besökt 2005-03-07)  
Passagen <http://www.passagen.se> (Besökt 2005-05-18)  
Storylink *Digital Storytelling Tool*. <http://www.storylink.org/DigitalStorytellingTool-delivery/>  
(Besökt 2005-05-10)  
Susning.nu. <http://www.susning.nu> (Besökt 2005-03-07)  
Statens Järnvägar, <http://www.sj.se> (Besökt 2005-05-15)

## Bilder

Framsida: [http://blurryvision.org/slideshow.php?set\\_albumName=](http://blurryvision.org/slideshow.php?set_albumName=) (Besökt 2005-05-10)  
Bild 1: Screenshot från egen dator  
Bild 2: <http://www.fray.com> (Besökt 2005-05-10)  
Bild 3: <http://www.storylink.org/DigitalStorytellingTool-delivery/> (Besökt 2005-05-10)  
Bild 4: Screenshot från egen dator  
Bild 5: <http://www.helgon.net> (Besökt 2005-05-10)  
Bild 6: <http://www.badboll.nu> (Besökt 2005-05-10)  
Bild 7: [http://www.skrattnet.se/kategorier/images/dialogruta\\_06.gif](http://www.skrattnet.se/kategorier/images/dialogruta_06.gif) (Besökt 2005-05-10)  
Bild 8 & 9: Screenshots från egen dator  
Bild 10: <http://www.uic.edu/classes/psych/psych352jw/closure.gif> (Besökt 2005-05-10)  
Bild 11: Screenshot från egen dator  
Bild 12: <http://www.digitalbridge.nu/> (Besökt 2005-05-13)  
Bild 13-14: Screenshots från egen dator  
Bild 15: Projektportalen: <http://webzone.k3.mah.se/kit02040/db/DigBridge/DigitalBridge/nya/index.asp>  
(Besökt 2005-05-19)

## Artiklar, uppsatser

Turkle, Sherry: Looking Toward Cyberspace: Beyond Grounded Sociology, (1999),  
(<http://www.jstor.com> 2005-04-03)  
Wilson, Julia, Good Storytelling, (2002), (<http://www.digitalbridge.nu/good.pdf>. 2005-03-07)

## Övriga

Berman, Bruce (producent), Wachowski, Andy (regissör), (1999), *The Matrix USA*: Warner Bros.  
(video:VHS).

Electronic Arts (2002), *The Sims*. (spel på CD-ROM).

Gene Roddenberry (grundare), *Star Trek*, (1966-2005).

Square Enix Co. *Final Fantasy Tokyo*: 2002, (spel på CD-ROM).

Wilson, Julia, muntl. Möte 2004-11-04

## 10. Bilagor

Bilaga 1- Persona 1

Bilaga 2- Persona 2

Bilaga 3- Rekommenderad läsning

Bilaga 4- Enkät 1

Bilaga 5- Enkät 2

## Bilaga 1: Persona 1

Maria är 28 år och bor tillsammans med sin katt *Misse* i en lägenhet i ytterområdet av Malmö. Hon har studerat ett par kurser vid Malmö Högskola men just nu söker hon jobb via Arbetsförmedlingen. Maria har lite svårt för människor och går inte gärna ut. Hennes närmsta tjejkompisar går inte ut så mycket de heller, men mer än vad Maria gör. Maria känner sig ibland väldigt nedslagen och orkeslös. Hon känner att hon inte riktigt har någon vän som hon kan dela sina innersta känslor med.

Internet har Maria alltid haft. Dock har hon mest använt det till att handla kläder via postorder, då hon inte orkar gå ut på stan. Det går också bra att betala räkningar med, tycker hon.

En dag är hon på Apoteket och i kön till kassan hör hon två tjejer prata om Internet och chatter. Den ene tjejen hade tydligen träffat en kille via nätet. Maria har inte haft något långvarigt förhållande, då hon inte vågar öppna sig tillräckligt. När Maria kommer hem letar hon upp lite chattställen och Communitys. Hon ett par som verkar bra och hon registrerar sig snabbt. Hon vågar dock inte skriva så mycket om sig själv, tänk om det kommer ut att det är hon. Folk skulle tycka hon är konstig som går runt och tänker på meningen med livet och vad man egentligen lever för.

Efter ett par dagar har Maria ett par mail i sin inkorg. Det är tre killar som skickat en hälsning och varmt välkomnande. Maria känner sig glad och känner genast för att skriva svar till dessa män. Hon undrar så var de bor och hur de tänker. Efter varje mail vågar hon utveckla sin presentationssida ytterligare och märker genast att den ene killen, som bor i Luleå, inte kan veta ett dyft om vem hon är. Hon frågar mer och mer och de diskuterar livet för fullt. Maria känner sig gladare, starkare och vågar dela med sig lite mer med sina kompisar i stan. Eftersom killen hon pratar med, inte tyckte hon hade konstiga tankar och åsikter, kan väl inte de andra ha det heller, funderar hon. Och visst, väninnorna blir bara glada av att Maria äntligen öppnat sig och vill berätta om vad som tynger henne när hon sitter hemma och ser på tv.

Maria finner fler och fler Communitys samt även nyhetslistor för folk med social fobi. Maria blir nyfiken och tar reda på vad det innebär att prenumerera på en nyhetslista och vilka som kan läsa det man skriver. Hon går med och börjar med att läsa inlägg från folk, vad de tänker och hur de lever. Maria märker att hon är likadan som dem och att de minsann tänker på samma sätt. Med stora ögon sitter Maria och läser flera mail som andra användare skickat ut. Efter ett par minuter är Maria igång med att skriva om sin ensamhet och rädsla för folk.

Maria diskuterar nu aktivt med andra användare och får tips om länkar, evenemang och läkare som kan hjälpa henne med problemen. Dock vet hon inte om hon vågar gå så långt som till en läkare, hon känner sig stark bara av att det faktiskt finns andra människor med samma problem.

## Bilaga 2: Persona 2

Johan är 17 år och umgås med ”de tuffa killarna” på skolan. Många tjejer vill ha honom och många killar vill vara som honom. På kvällarna sitter han och hans kompisar vid centrums kiosk och röker. Ibland har några av de andra killarna sprit med sig. Johan är inte så sugen på att vare sig dricka eller röka, men han vill inte bli utskrattad heller. Varje helg är det samma sak, de sitter på en hård träbänk och skriker på tjejer som går förbi. Ibland ska det slåss också. Johans kompis Markus brukar slåss när han är full. Han ska alltid vara så kaxig och hålla på med alla som passerar. Markus har det inte så bra hemma, förstår Johan. Hans föräldrar har inte haft så mycket pengar och Markus har fått hävda sig rätt mycket som liten på dagis, när han alltid hade samma kläder. Johan har märkt att Markus stjälar kläder från butiker inne i stan. Killarna har också varit på fester där Markus snott saker från den som har festen.

Johan och Markus är egentligen väldigt bra vänner, men ofta tycker Johan att det blir alldeles för mycket av Markus attityd. Johan träffade en tjej en gång som var från ett innegång i en annan by. Det såg så bra ut när hon och hennes kompisar stod med killarna och rökte, tänkte han. Men egentligen gillade han inte alls den tjejen. Hon var enormt fixerad vid sig själv, sitt utseende och vid att klanka ner på andra tjejer, ty ingen fick vara bättre än henne. Johan vill inte ha en sådan tjej, han vill ha en tjej med drömmar, tankar och ambitioner. Någon som inte har ett lager med makeup i ansiktet, utan är vacker av sig själv; en tjej som Karin på parallellklassen. Karin är varken älskad eller hatad på skolan. Det sades att hon var väldigt engagerad i olika organisationer och att hon var ett snille på språk. Johan hade läst en uppsats av Karin som hängdes upp på skolans bibliotek. Men Karin hade han inte en chans på. Tjejer som Karin gillade inte killar som Johan. Johan var bara tuff och fruktad för de som såg upp till de tuffa på skolan. De som inte brydde sig, utan gav sig mer hän åt studier och liv utanför skolan, var sådana som Karin. Hon tyckte att det var fånigt med att spela på attityder sådär. Johan önskade så att han kunde bryta sig fri och gå på rockkonserter han med. Hade Markus fått veta att han gått på en konsert med ett rockigt politiskt tjejband, skulle det vara slut för Johan. Ville inte Markus och grabbarna veta av honom, vem ville då det? Johan behövde hjälp utifrån. Han hade en dator med Internet hemma, men aldrig hade han använt den till annat än läxgöra. Han brukade se sjätteklassarna sitta och skriva mail på något som kallades Lunarstorm. Han hade aldrig varit där, Markus brukade säga att det var bara ”killar som ville vara coola men inte var det” och ”fnaskiga tjejer” som fanns där, så Johan hade inte tänkt mer på det. Men kanske är det tjejer som Karin som hänger där. Kanske är det vänliga, trevliga människor som finns på den sajten. Kanske tjejer som kan lära känna hans insida och inte titta på hans coola kläder och ge honom en stämpel direkt. Johan registrerade sig samma kväll och lade

upp bilder på sina hundar. Han skrev varken ut ort, ålder eller namn, då han var livrädd att Markus och killarna skulle hitta honom där.

Ett par dagar gick och Johan hade ett par gästboksinlägg i sin gästbok. Det var några tjejer som önskade honom en trevlig helg. ”Trevlig helg?”, undrade Johan. ”Ingen har någonsin önskat mig trevlig helg förr”, grubblade han dystert. Han visste heller inte vad han skulle svara. Skulle han vara den där ”coole Johan” och svara något elakt, eller skulle han faktiskt fråga vad de skulle göra i helgen? Han kikade över sin axel så inte lillebrorsan stod och spanade, sen klickade han på ”Skriv svar”. Johan skrev snabbt ihop ett meddelande där han tackade för inlägget och önskade dem trevlig helg tillbaka. Han passade också på att fråga vad de skulle göra och om de kände till någon rockklubb i närheten. Så skickade han snabbt iväg meddelandet innan någon riskerade att komma in och se alltihopa. Markus brukade rusa in på Johans rum utan att knacka. Det tyckte Johan var ohyfsat men han vågade ingenting säga. ”Vilken mes du är då!”, skulle Markus svara med ett flin och smälla till Johan över huvudet.

## Bilaga 3: Rekommenderad läsning

Här följer en förteckning på böcker som inspirerat mig oerhört under arbetets gång men inte varit intressant som referenslitteratur.

Tar upp människors olika identiteter på nätet.

- G. Jones, Steven (ed.) (1997), *Virtual Culture*. Sage Publications London.

En av mina biblar som tar upp hela begreppet *Digital Storytelling*. Går in på begreppet och hur allting började. Läsaren får en bra överblick och insikt i vad berättande är.

- Lambert, Joe (2002), *Digital Storytelling- Capturing Lives Creating Community*. Berkeley, California, USA: Digital Diner Press

En läsvärd bok om *ny media*, dvs. Internet. Tar upp mediateorier och begrepp inom media och Internet.

- Manovich, Lev (2001), *The Language of New Media*. 2<sup>nd</sup> Edition. The Mit Press Ltd: Cambridge.

En omfattande och faktsäckad bok om vad man bör tänka på vid hemsideskapande. Innehåller även analys av 50 webbplatser!

- Nielsen, Jakob. *Användbara hemsidor*. New Riders Pub: Indianapolis 2001

En väldigt enkelt upplagd och lättförståelig bok om examensarbeten:

- Strömquist, Siv (1998), *Uppsatshandboken*. Hallgren & Fallgren Studieförlag AB:Uppsala.

En dagboksliknande bok som tar upp allting om människans olika identiteter och *gender bending* på nätet. Mycket baserat på författarnas egna erfarenheter, vilket gör boken trevlig att läsa. Dock för pladdrig för att hitta bra citat ur, men för nöjets skull är den trevlig att läsa.

- Holeyton, Richard (1998), McGraw- Hill: USA

## Bilaga 4: Enkät 1

### Internetanvändning

✘ Är du aktiv på någon Community exempelvis Lunarstorm?

**Person 1:** Ja

**Person 2:** Ja

**Person 3:** Ja

**Person 4:** Ja

✘ Har du några mailkompisar utöver det Community du är medlem på?

**Person 1:** Ja

**Person 2:** Nej

**Person 3:** Ja

**Person 4:** Nej

✘ Vad får dig att logga in på en Community? Vad vill du uppnå? Ex "skaffa kille", "skaffa vänner", "hitta andra som också tycker om katter lika mkt som jag" osv.

**Person 1:** Prata med anda som har samma intressen, hitta nya vänner

**Person 2:** Hitta likasinnade och prata med kompisar

**Person 3:** ingen aning

**Person 4:** Finna likasinnade.

✘ Berättar du mycket om dig själv på Internet och för andra? Dvs. har du folk du diskuterar hemlisar med eller är det bara allmänt snack om skola etc.?

**Person 1:** Allmänt men alla förutom de jag känner på riktigt och vet att jag kan lita på.

**Person 2:** Jag avslöjar aldrig namn, adress och liknande för folk jag inte känner! Jag säger inte allt för personliga saker om med själv självmant men om någon frågar så har jag inget emot att svara. Annars bara allmänt snack.

**Person 3:** Nej

**Person 4:** Inte direkt. Nej. Mest alldagligt snack.

- ✘ Har du blivit trakasserad på nätet ngn gång?  
**Person 1:** Ja men inte allvarligt. Några konstiga mail med det var allt.  
**Person 2:** Nej  
**Person 3:** Nej  
**Person 4:** Nej
  
- ✘ Vad använder man Communities och chatter till? (Ex; ragga, hitta vänner, finna andra som har samma sjukdom som jag. etc.)  
**Person 1:** Ingen aning, de vill kanske ha lite spänning?  
**Person2:** Finna andra med samma intressen.  
**Person 3:** Hitta likasinnade.  
**Person 4:** Finna likasinnade
  
- ✘ Varför tror du tjejer i din ålder finns på nätet så pass mkt som de gör? Vad använder man Communities och chatter till? (Ex; ragga, hitta vänner, finna andra som har samma sjukdom som jag. etc.)  
**Person 1:** Jag gör det för att jag tycker om att prata med folk som har samma intressen som jag.  
**Person 2:** Chatter och Communitys används till allt möjligt.  
**Person 3:** Hitta likasinnade.  
**Person 4:** Få bekräftelse, finna killar och snacka.
  
- ✘ Hur ofta är du inloggad?  
**Person 1:** Ibland. ett par gånger i veckan eller så..  
**Person 2:** När jag är hemma  
**Person 3:** Varje dag.  
**Person 4:** Varje dag i stort sett.
  
- ✘ Om du är inne ofta, hur känner du inför att åka på klassresa en vecka utan tillgång till Internet? Vad saknar du mest på nätet?  
**Person 1:** Jag känner det inte så tomt, jag klarar mig  
**Person 2:** Att hålla mig uppdaterad och min mail.

**Person 3:** -skulle bara bli glad av att få åka på skolresa. Tror inte det finns nåt jag skulle sakna på Internet, skulle väl vara om jag aldrig fick gå ut på Internet igen. I och för sig vore det lite tråkigt att förlora kontakten med kompisar som man inte träffar vanligtvis.

**Person 4:** Äsch ingen fara om det inte är flera månader!

## Communities

- ✘ Skulle du kunna tänka dig att registrera dig på en Community som går ut på att berätta om egna erfarenheter och lyssna på andras? Dvs. ett historieberättande på nätet.

**Person 1:** Ja

**Person 2:** Ja jag skulle kunna tänka mig, men skulle nog inte göra det.

**Person 3:** Kanske, det beror på vad för slags erfarenheter man skulle utbyta och hur det är upplagt men en sida som bara går ut på att dela med sig av saker som hänt tycker inte jag verkar så intressant. Det ingår ju redan i småbitar på alla andra Communities.

**Person 4:** Javisst men jag skulle kanske inte vara så aktiv.

- ✘ Känner du att du har någonting att dela med dig av till andra? Har du varit med om någonting som skulle kunna hjälpa andra om du berättade det?

**Person 1:** Nej.

**Person 2:** kanske men jag skulle inte berätta om det om ingen bad mig.

**Person 3:** Inget speciellt. Tekniska prylar kanske och namn på saker. Jag är bra på Engelska. Men om man räknar erfarenheter som i at det har hänt nåt hemskt och jag berättar hur jag tog tag i det för att andra ska veta hur de ska ta tag i sina problem så, nej.

**Person 4:** Tror inte det direkt.

- ✘ Hade du velat vara anonym dvs. endast ha ett smeknamn på sajten, eller hade du kunnat publicera ditt riktiga namn?

**Person 1:** Det kvittar, jag hade ju kunnat säga mitt förnamn men inte mer!

**Person 2:** Anonym

**Person 3:** Anonym

**Person 4:** Ja, anonym eller endast förnamn.

- ✘ Är det viktigt att kunna välja vem som får tillgång till dina prylar på en sådan sajt? Låt säga att du laddar upp textfiler på din sida om saker du varit med om, ska alla kunna få läsa dem, eller bara de du godkänt, dvs. de du lärt känna på sajten?  
**Person 1:** Det hade inte spelat mig någon roll.  
**Person 2:** Alla ska få läsa dem men jag skulle vilja ha möjlighet att blocka elaka.  
**Person 3:** Alla skulle få läsa det. Jag är ju anonym och dessutom är sajten till för att hjälpa dem som behöver det och inte bara de jag känner. Jag tycker man får räkna med sånt om man laddar upp textfiler. Vill man hålla det privat får man skicka det via mail till den som ska läsa det.  
**Person 4:** Jag vill kunna blockera folk.
- ✘ Vilka färger tycker du en sajt ska ha? Ska den vara glad med massor av färger eller ska den vara svart/vit. Eller mestadels vit och en annan färg?  
**Person 1:** Jag bryr mig inte så mkt, bara det inte är färger som gör att man får ont i huvudet.  
**Person 2:** Glada färger, inte för skrikigt bara, gärna lite vitt som bakom all text.  
**Person 3:** Inte för deprimerade och inte för färgglad. Ett tema brukar fungera bra. Många nyanser av en eller två färger blandat med vitt och svart.  
**Person 4:** Fräscha färger, vit bakgrund, svart text och någon mer färg.
- ✘ Är det viktigt att du vet vilken organisation som gjort sajten?  
**Person 1:** Nej  
**Person 2:** Nej  
**Person 3:** I ett sådant fall är det nog det. Man vill ju veta vem som har hand om alla ens personliga upplevelser så att de inte använder det till något annat än sajten.  
**Person 4:** Ja när det gäller så personliga inlägg är det.
- ✘ Låt säga att du laddar upp en fil på din sajt. När du laddat upp den kommer en text fram som säger att det tar ett par dagar innan webbmastern kollat och godkänt bilden. Är det viktigt att du får information om den kommit upp eller ej? Hur pass mkt "feedback", dvs. bekräftelse vill du ha på saker du lägger upp? Blir du irriterad eller upprörd om du inte får någon feedback eller hjälp om saker?  
**Person 1:** Jag blir varken irriterad eller upprörd om jag inte får någon feedback.

**Person 2:** Jag skulle gärna vilja veta när nåt jag skickat in kommer upp på sidan, jag vill också kunna be om hjälp i fall det behövs, jo jag skulle nog bli lite irriterad om jag inte fick någon feedback alls.

**Person 3:** Jag vill ha ett meddelande när bilden är uppe.

**Person 4:** Man kunde ju få ett meddelande.

## Bilaga 5 : Enkät 2

### Om Internetanvändande

1. Använder du Internet dagligen?

**Person 1:** Ja

**Person 2:** Ja

**Person 3:** Ja

**Person 4:** Ja

**Person 5:** Ja

**Person 6:** Ja

**Person 7:** Ja

**Person 8:** Ja

2. Vad gör du främst på Internet?

**Person 1:** Surfar, laddar ner filer

**Person 2:** I jobbet: söker information/kontakuppgifter, privat: Community

**Person 3:** I stort sett allting som erbjuds men främst mailskrivande och forumdeltagande

**Person 4:** Allt möjligt

**Person 5:** Kommunikerar och arbetar

**Person 6:** Läser mail, sköter bankärenden o.dyl., chattar och söker information

**Person 7:** Mailar mycket, vilket ingår i mitt arbete

**Person 8:** Söker information

3. Har du egen mailadress, dvs. inte kopplat till företag, utan en privat?

**Person 1:** Ja

**Person 2:** Ja

**Person 3:** Ja

**Person 4:** Ja, har egen domän.

**Person 5:** Självklart.

**Person 6:** Ja.

**Person 7:** Ja.

**Person 8:** Ja, Hotmail.

4. Är du medlem på någon communtiy/forum/kanal där människor träffas och samtalar över nätet?

**Person 1:** Nej

**Person 2:** Ja

**Person 3:** Ja

**Person 4:** Ja

**Person 5:** Ja

**Person 6:** Nej

**Person 7:** Ja

**Person 8:** Ja

5. Om Ja, sedan hur länge?

**Person 1:** -

**Person 2:** Sedan 2003

**Person 3:** Sedan 1999

**Person 4:** Sedan 1997

**Person 5:** Sedan åtta år tillbaka.

**Person 6:** -

**Person 7:** Ett år

**Person 8:** Ja Hotmail, sedan 2000.

6. Hur ofta är du online?

**Person 1:** 8 h/dag

**Person 2:** 5 dagar/vecka

**Person 3:** 12 h/dag

**Person 4:** Minst 18 h/dag, 7 dagar i veckan.

**Person 5:** Alltid när jag är hemma.

**Person 6:** Största delen av dagen

**Person 7:** -

**Person 8:** 10 timmar/dag

7. Hur seriöst ser du på Communities/forum där människor möts? Hur mkt tid tar de i ditt liv?

**Person 1:** Mer förr

**Person 2:** Ganska, en timme/dag, 5 dagar/vecka

**Person 3:** Sådär, när jag känner för det, dvs. var 3-4:e dag.

**Person 4:** Ganska seriöst. 1-2 h/vecka.

**Person 5:** Inte så mycket numera, men bra ställe att mötas på.

**Person 6:** Verkar vara en bra idé.

**Person 7:** -

**Person 8:** Mötesplatser på Internet är ett helt nytt sätt att kommunicera mellan människor som inte diskuterats tillräckligt mycket i media tycker jag. Mediedebatten går bara ut på att förfasa sig över snuskgubbar som vill lura småflickor, men det är ju bara en marginell sida, det primära är att människor har fått ett helt NYTT sätt att kommunicera, som får konsekvenser för den enskilde både på gott och ont. Vi har mycket lättare att få kontakt med andra människor, och då menar jag både som kompisar och även om man är ute efter en ny partner. Familjestrukturen i en modern datoriserad familj har radikalt förändrats. Plötsligt sitter inte alla i familjen framför TVn längre och är tillsammans utan alla sitter på varsitt håll och pratar med ANDRA människor som på ett helt annat sätt än via telefon och mail är direktkopplade till familjen och blir nästan en "del av" familjen, beroende på hur man hanterar Messenger/forumet. Den konsekvensen för familjen som struktur är totalt bortglömd, vad får det för konsekvenser att familjen inte är samlad och umgås? att inte mannen-frun umgås såsom förr? eller får det inga konsekvenser? är det bara ett nytt sätt som ersätter ett tidigare beteende då mannen alltid var iväg på ex fotboll så att dom träffades ändå inte? Ja, det är intressanta frågeställningar - som sagt På Gott o Ont - behöver undersökas tycker jag.

8. Träffar du folk IRL från nätet?

**Person 1:** Ja

**Person 2:** Ja

**Person 3:** Ja

**Person 4:** Ja, jag är gift med en kvinna jag träffade på nätet.

**Person 5:** Ja

**Person 6:** Ja

**Person 7:** Har hänt.

**Person 8:** Ja

9. Varför söker du dig till communities, om Ja?

**Person 1:** Sexkontakter

**Person 2:** Hålla kontakt med människor som man känner men inte skulle ringa annars. I väldigt liten utsträckning med folk jag inte träffat IRL.

**Person 3:** Träffa likasinnade ev. "annorlunda" människor som inte är så ytliga.

**Person 4:** Information och kunskap.

**Person 5:** Man kan träffa folk med samma åsikter på ett enklare vis, + att det tar mindre tid än att träffa folk irl.

**Person 6:** -

**Person 7:** -

**Person 8:** För att "umgås" med människor.

11. Om du inte använder communities, vad gör du då på nätet och vad får du ut av det? (Ex läser nyheter vilket är gratis på nätet osv.)

**Person 1:** Läser nyheter

**Person 2:** -

**Person 3:** Läser nyheter, lär mig om ämnen jag inte kunnat annars, ex. teknik.

**Person 4:** Kunskap, läser, pluggar, porr allt möjligt; Internet är mitt liv.

**Person 5:** Msn Messenger, information, jobsökande etc.

**Person 6:** Får kontakt med människor och finner information.

**Person 7:** Läser nyheter, research, mailkontakter.

**Person 8:** Kollar väderleksprognoser, busstider, semesterlön, gör hemsidor, manualer till HTML/JavaScript, letar bilder

12. Ditt kön?

**Person 1:** Man

**Person 2:** Man

**Person 3:** Kvinna

**Person 4:** Man

**Person 5:** Kvinna

**Person 6:** Kvinna

**Person 7:** Kvinna

**Person 8:** Man

13. Åldersgrupp? 10-15, 16-21, 22-30, 31-40, 41-51, 52+

**Person 1:** 31-40

**Person 2:** 22-30

**Person 3:** 22-30

**Person 4:** 22-30

**Person 5:** 22-30

**Person 6:** 41-51

**Person 7:** 41-51

**Person 8:** 41-51

14. Har du skapat många vänner via Internet?

**Person 1:** Nej

**Person 2:** Nej

**Person 3:** Ja i stort sett alla

**Person 4:** Ja

**Person 5:** Ja, nästan alla

**Person 6:** Ja

**Person 7:** Nej

**Person 8:** Ett antal, ca 5 st.

15. Vad anser du om Internet? Bra, dåligt?

**Person 1:** Bra

**Person 2:** Bra

**Person 3:** Toppen

**Person 4:** Bra, det bästa som finns i dagens läge.

**Person 5:** Himmelriket.

**Person 6:** Oerhört bra.

**Person 7:** Mycket bra!

**Person 8:** Se mitt svar på fråga 7.