



# Innhold

<b>Innledning</b> .....	11
Vi trenger fakta mer enn syensing .....	12
Teknologien endrer seg raskere enn menneskene .....	12
Bokas oppbygning .....	13
Hva denne boka ikke handler om .....	13

## **Kapittel 1**

<b>Sosiale medier: definisjoner og kjennetegn</b> .....	14
Sosiale medier har en lang historie .....	15
Ikke alle sosiale medier er like sosiale .....	18

## **Kapittel 2**

<b>Hvorfor og hvordan sprer sosiale medier seg?</b> .....	19
Hvem som først bruker et sosialt medium, påvirker spredningen .....	21
Vi overvurderer enkeltpersoners betydning for spredning .....	23
At sosiale medier er enkelt å prøve, hjelper spredningen .....	24
Sosiale medier må få en plass i hverdagslivet .....	28
Noen sosiale medier overlever, andre dør .....	32
Lock-in-effekter gjør det vanskelig for utfordrerne .....	34
Sosiale medier dekker gamle behov på nye måter .....	36

## **Kapittel 3**

<b>Hvordan påvirker sosiale medier våre sosiale nettverk?</b> .....	39
Sosiale medier gjør at vi kan knytte oss til stadig flere .....	41

Sosiale normer påvirker hvem vi knytter oss til . . . . .	42
Venner og bekjente gir deg tilgang til ulik informasjon . . . . .	44
Venner og bekjente gir deg sosial kapital . . . . .	46
Sosiale medier kan styrke sosial kapital . . . . .	47
Ulike sosiale medier kan gi ulike former for sosial kapital . . . . .	48
Får vi flere venner ved å bruke sosiale medier? . . . . .	49
Gjør sosiale medier at vi kan kjenne flere enn før? . . . . .	51
Beholder vi gamle venner, i stedet for å få oss nye? . . . . .	54
Klasseskille og segregering . . . . .	55
Hvem blir tapere, og hvem blir vinnere i sosiale medier? . . . . .	56

## **Kapittel 4**

<b>Sosialisering og kommunikasjon i sosiale medier . . . . .</b>	<b>60</b>
Hvorfor forteller folk om stort og smått i sosiale medier? . . . . .	61
Å vise og vite hvordan vi står i forhold til hverandre. . . . .	67
Fritt frem for nysgjerrigheten. . . . .	71
«Stalking»: Når nysgjerrigheten tar overhånd? . . . . .	72
Ikke alle har sansen for småprat og sladder. . . . .	74
Mobbing og konflikter i sosiale medier . . . . .	75
Er sosiale medier nok til å holde på en relasjon? . . . . .	78
Alltid sosial, alltid tilgjengelig? . . . . .	81

## **Kapittel 5**

<b>Er man seg selv i sosiale medier? . . . . .</b>	<b>83</b>
Identitet i sosiale medier . . . . .	85
Hvordan får man inntrykk av noen gjennom sosiale medier? . . . . .	88
Vi stoler mer på hva andre sier om noen . . . . .	90
Vi stoler mer på negativ og avvikende informasjon. . . . .	93
Vis meg dine venner, og jeg skal si deg hvem du er. . . . .	95
Kan man få et riktig inntrykk av noen gjennom sosiale medier? . . . . .	96
Er folk seg selv i sosiale medier? . . . . .	99
Hva vi tror andre ser, påvirker hvem vi mener vi er . . . . .	102

**Kapittel 6**

<b>Publikum, privatliv og kontekst i sosiale medier</b> . . . . .	104
Hvem er publikummet vårt i sosiale medier? . . . . .	106
Hvor er konteksten i sosiale medier? . . . . .	107
Kontekstkollaps: Når sosiale sfærer blandes . . . . .	109
Bryr folk seg om privatliv? . . . . .	111
Hvorfor er sosiale medier vanskelig å kombinere med privatliv? . . . . .	115
Vedvarenhet: Internett glemmer ikke . . . . .	116
Reproduserbarhet: Uendelige kopier . . . . .	116
Skalerbarhet: Muligheten for et stort publikum . . . . .	117
Søkbarhet: Alt kan gjenoppdages . . . . .	118
Hva er konsekvensene? . . . . .	118

**Kapittel 7**

<b>Hvordan sprer informasjon seg i sosiale medier?</b> . . . . .	120
Sosiale medier gir ikke like muligheter til alle . . . . .	120
Portvaktene forsvinner? . . . . .	124
Hva er verdt å dele? . . . . .	126
Jungeltelegrafene . . . . .	128
Misfornøyde forbrukere og kontaktsøkende selskaper . . . . .	130
Markedsføring i sosiale medier . . . . .	132
Budskapet endres når det spres . . . . .	133
Demokratiets redning? . . . . .	134
Like barn leker best. . . . .	135
Raskere mobilisering . . . . .	137
Spredning er vanskeligere når noe står på spill . . . . .	139
Sosiale medier i autoritære regimer . . . . .	140
Slacktivisme eller nye former for aktivisme? . . . . .	142

**Kapittel 8**

<b>Avslutning</b> . . . . .	143
Teknologi er ikke nøytral . . . . .	143
Hva med de som ikke bruker sosiale medier? . . . . .	145

Sosiale medier alltid, for alltid, overalt? . . . . .	148
Forskningen mangler fortsatt mange svar . . . . .	149
Det viktigste i denne boka finner du på de neste sidene ... . . . .	151
<b>Litteratur</b> . . . . .	152
<b>Stikkord</b> . . . . .	177