



# Enklicksfeedback som sociala poängsystem

Petter Karlsson

Projektledning inriktning spel 07

Academedi Masters

2009-10-08

<http://petterkarlsson.se>



## SAMMANFATTNING

Enklicksfeedback är en relativt ny form av interaktion på internet, som innebär att man kan ge feedback till olika sorters innehåll genom endast ett klick. Ett exempel på det är att "gilla" något på Facebook.

Målet har varit att undersöka hur enklicksfeedback fungerar, var det uppträder och vad som egentligen är nyttan med denna typ av interaktion.

Nyttoeffekterna som framkommit är många. Exempelvis är min slutsats att det kan vara ekonomiskt fördelaktigt för en sajtägare att införa funktionen. Jag tror även att det som kan hända är att det generellt sett ökar interaktionen mellan användarna på ett positivt sätt, då tröskeln för kommunikation sänkts till nästan obefintligt låg nivå.

Enkelhet främjar helt enkelt kommunikation. Det är knappast någon nyhet, men likväl ett viktigt faktum.



# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>Identifiering av problem</b> .....	5
<b>Mål</b> .....	6
Mål med examensarbetet .....	6
Personliga mål.....	6
<b>Syften</b> .....	6
Syften med examensarbetet .....	6
Syften med mina personliga mål.....	6
<b>Avgränsning</b> .....	7
<b>Frågeställningar</b> .....	7
<b>Begrepp och terminologi</b> .....	8
<b>Materialval</b> .....	10
<b>Tidsplan</b> .....	11
Planerad tidsplan .....	11
Faktisk tidsplan.....	11
Gantt-schema .....	12
<b>Metod</b> .....	12
<b>Beskrivning</b> .....	13
Definition av enklicksfeedback.....	14
Enklicksfeedback i praktiken.....	15
Närliggande områden .....	19
Exempel på enklicksfeedback.....	20
Exempel på användande av betygssystem .....	25
Resultat.....	28



<b>Analys och diskussion .....</b>	<b>30</b>
<b>Analys .....</b>	<b>30</b>
<b>Arbetets gång .....</b>	<b>33</b>
<b>Referenser och källor .....</b>	<b>34</b>
<b>Intervjuer .....</b>	<b>34</b>
<b>Webbkällor .....</b>	<b>34</b>



## IDENTIFIERING AV PROBLEM

En typ av interaktion som blivit populär inom sociala medier de senaste åren är enklicksfeedback. Det är t.ex. "gilla"-funktionen på Facebook eller "digg"-funktionen på Digg.com. Då detta är en typ av interaktion vars användning är starkt växande, saknas kunskap om hur den påverkar användarna och vilken nytta man kan göra med den.

Många webbplatser är idag till största del baserade på användarnas eget innehåll. Vad vore wikipedia utan användarnas artiklar? Vad vore Facebook utan de material som dina vänner skapar?

Går det med ännu enklare interaktionsmetoder få fram ännu mera content?  
Går det att bättre använda den samlade kraften hos alla de användare en sida redan har?

Jag skulle säga att det går i allra högsta grad. Enklicksfeedback möjliggör en enkel och snabb lösning för kommunikation och rankning. Med enbart ett klick från dess användare och ibland till och med utan att ens vara inloggad, kan en webbplats effektivt dra nytta av dess användare.



# MÅL

## Mål med examensarbetet

Att analysera enklicksfeedback som sociala poängsystem och försöka ta reda på nyttoeffekterna som ges av den typen av interaktion.

## Personliga mål

Att lära mig mer om enklicksfeedback och de miljöer som de finns i samt studera hur sociala medier fungerar.

# SYFTEN

## Syften med examensarbetet

Att uppnå djupare insikt om möjligheterna med enklicksfeedback som sociala poängsystem. Detta för att kunna implementera kunskaperna om dem i projekt med sociala medier som då kan dra nytta av de effekter som dras av enklicksfeedback.

## Syften med mina personliga mål

Att med utökade kunskaper om enklicksfeedback och sociala medier kunna stärka min position i en yrkesroll där jag arbetar med sociala medier.

Det känns helt naturligt för mig att jag i min yrkesroll kommer på olika sätt vara knuten till exempelvis sociala medier. Därför finns det många poänger med att jag blir ännu mer insatt i området.



## AVGRÄNSNING

Jag har undersökt fenomenet genom att finna olika exempel på det, samt leta efter skillnader och likheter bland utövare och utövande.

Jag har gjort detta för att jag tror att många företag som idag sysslar med sociala medier saknar en djupare insikt i hur deras verktyg egentligen fungerar. Sedan tror jag också att de skulle ha nytta av en högre förståelse för vad som påverkar användarnas agerande.

Jag kommer att ta upp exempel på sidor som använder enklicksfeedback till rankingssystem, men jag har huvudsakligen valt att fokusera på sidor där det används som ett verktyg för kommunikation, som att "gilla" på Facebook.

Jag har därför också valt den typ av enklicksfeedback där enbart ett val går att göra, samt att det alternativa val man har endast är att inte välja att ge feedback.

## FRÅGESTÄLLNINGAR

Vilka är nyttoeffekterna av enklicksfeedback som sociala poängsystem?

Kan man med ännu enklare interaktionsmetoder få fram ännu mera content<sup>1</sup>?

Kan man bättre utnyttja kraften från användarna på en webbplats?

Kan användande av enklicksfeedback förändra beteendet hos användarna?

---

<sup>1</sup> Information som kan ha ett värde för användaren. Exempelvis texter, bilder, länkar. Det flesta typer av innehåll på webbplatser kan räknas som content.



# BEGREPP OCH TERMINOLOGI

Detta arbete innehåller många facktermer. Använd därför denna lista som stöd i läsningen. När nya begrepp som återfinns på annan plats i listan presenteras i en beskrivning är dessa skrivna *kursivt*.

Begrepp	Förklaring
Aggregator	Webbplats som samlar in och presenterar från andra sidor.
Bury	Att nedrösta <i>content</i> med "tummen ner" på <i>Digg</i>
Community	En typ av <i>socialt nätverk</i> som verkar som mötesplats.
Content	Information som kan ha ett värde för användaren. Exempelvis texter, bilder, länkar. Det flesta typer av innehåll på webbplatser kan räknas som <i>content</i> .
Crowdsourcing	En stor grupp av människor som tillsammans löser en uppgift som tidigare utförts av betalda professionella.
Digg	Stor <i>social news</i> sida samt att där man genom enklicksfeedback röstar på <i>content</i> .
Enklicksfeedback	Feedback som ges med endast ett klick.
Facebook	Det största <i>sociala nätverket</i> som hösten 2009 hade över 300 miljoner användare.
Facerank	En persons sociala relevans i ett nätverk.
Friendfeed	En webbplats som samlar information från olika typer av <i>sociala medier</i> i en ström en personlig <i>ström</i> . Kan även kallas <i>social aggregator</i> .
Google	Stort amerikansk internetföretag. Äger bland annat den största sökmotorn Google Search.
Google fast flip	<i>Social news</i> sida där man surfar bland skärmdumpar på artiklar.
Google moderator	Webbplats där man använder sig av <i>enklicksfeedback</i> för att rösta fram olika frågor och svar som andra användare lagt upp.
Google reader	Webbaserad RSS-läsare.
Pusha	Svensk variant av <i>Social news</i> sidor av typen <i>Digg</i>



Begrepp	Förklaring
Reddit	Stor <i>Social news</i> sida som där man bildar egna undersektioner.
Social bookmarking	En metod för internetanvändare att lagra, organisera och hantera bokmärken över webbplatser.
Social news	Webbplatser där man röstar på nyheter eller andra länkar för att avgöra vilka länkar som visas.
Sociala medier	Kännetecknas av aktiviteter med en kombination av teknologi, social interaktion och användargenererat innehåll. Exempel: <i>sociala nätverk</i> , bloggar och wikipedia.
Sociala nätverk	Webbplats inom <i>sociala medier</i> där man bildar online <i>communities</i> .
Sociala poängsystem	Värden som deltagarna som deltagarna skapar tillsammans inom ett system
Status	Tjänst på Facebook microbloggningstyp som kallas "statusuppdatering". Den tillåter användaren informera sina vänner om var den är, vad den gör eller vad den tänker.
Ström	Samlad information som visar användaren nyligen uppdaterat <i>content</i> . Eng. feed; web-feed, news-feed.
Tasteline	Webbplats med inslag av social media som behandlar mat och recept.
Web 2.0	Samlingsbegrepp för den nya generationen av webbplatser där användarna ska ha stora möjligheter till interaktivitet och samarbete.



# MATERIALVAL

Jag har baserat mitt arbetet på tre olika typer av källor.

## **Intervjuer**

Mycket tid har ägnats åt att intervjua människor som arbetar professionellt och eller har en bakgrund inom sociala medier, kommunikation och interaktionsdesign.

## **Publicerade texter**

Jag använt mig av material publicerat främst från de olika webbplatser jag tar upp som exempel, men även från andra källor. Alla texter har varit material som publicerats på internet. I flera fall har Wikipedia använts och där har jag försökt bemöta informationen så källkritiskt som möjligt, samt att jag då försökt kontrollera de uppgifter jag fått där med andra källor.

## **Praktiska studier**

Den största delen av tiden i arbete har använts till att hitta exempel på enklicksfeedback, samt att prova hur det fungerar på dessa webbplatser. Vidare har jag studerat hur beteendet är bland användarna där, samt undersökt om enklicksfeedback verkar fylla en funktion på just den sidan.



# TIDSPLAN

## Planerad tidsplan

### Fas 1 - vår och sommar 2009

Mitt arbete var upplagt så att undersökande arbete skulle pågå från våren och sedan fortgå under sommaren. Efter att ha sammanställt och presenterat förstudien skulle jag fortsätta att samla in källmaterial både genom intervjuer och egna undersökningar fram tills arbetet skulle börja skrivas på hösten.

### Fas 2 - hösten 2009

Efter sommaren så planerades arbetet att återupptas med insamling av källmaterial fortsätta fram tills en konkretiserande fas inleddes. Arbetet skulle sedan sammanställas. September skulle ägnas åt en sista omgång faktainsamling och sedan analys och färdigskrivande.

## Faktisk tidsplan

### Fas 1 - vår och sommar 2009

Under februari påbörjades arbetet med förstudien. Jag ägnade mycket tid åt att gå igenom olika typer av webbplatser inom sociala medier för att hitta exempel på enklicksfeedback. Jag hittade en hel del och letade även inom närliggande fält. Jag genomförde också en intervju. När jag blivit klar med förstudien fortsatte jag att samla in källmaterialet med låg intensitet ända fram till hösten.

### Fas 2 - hösten 2009

Under början av september ägnade jag mycket tid åt att samla in källmaterial samt genom praktiska studier och intervjuer. Sammanställningen påbörjades även. Stor vikt lades vid att analysera det material jag fått in. Under slutet av september färdigställdes rapporten.





## BESKRIVNING

Jag var länge kluven över vad jag skulle behandla i mitt examensarbete. När jag till slut kom fram till att det skulle vara intressant att behandla något inom sociala medier så grävde jag mig in i olika nyhetsflöden för att se vad som vore mest intressant att arbeta med. Mycket tid ägnades åt att leta efter trender och jag insåg att Facebook relativt nyligen hade infört sin "gilla" funktion<sup>1</sup>.

Under den kommande tiden tyckte jag mig se vissa likheter mellan "gilla"-funktionen och att "digga"-något på Digg<sup>2</sup>. Digg är en nyhets sida där användarna röstar fram innehållet. Att båda funktionerna fungerade på samma enkla sätt var verkligen något jag uppskattade. Jag har sedan några år tillbaka insett hur otroligt viktigt ett enkelt och lättanvänt system är, oavsett om det gäller webbplatser, manualer eller spel. Är det så att det finns en genomgående trend med den här typen av enkla sätt att ge feedback på?

Jag valde att tro det och började samla material och input för en förstudie. Jag samlade feedback från flera personer och fick bland annat hel del bra infallsvinklar från Fredrik Wass. Att t ex systemen kanske skapar ett mellansteg mellan konsument och producent av content<sup>3</sup>.

Det kändes som ett bra beslut när jag under våren märkte hur fler och fler tjänster började införa enklicksfeedback. "Gilla"-funktionen började också få ett fast grepp och en användarkultur kring sig. Det kändes som trenden var ihållande och att det skulle vara givande att sammanställa allt insamlat material efter hösten i rapporten.

Jag ägnade våren, delar av och sommaren och början av hösten med att genomföra praktiska studier av olika typer av webbplatser med inslag av social media, för att hitta exempel på enklicksfeedback. Där jag fann det, provade jag systemen och tittade på hur det brukades av dess användare. Jag försökte undersöka om det gick att hitta mönster bland användarna.

---

1 "I like this" <http://blog.facebook.com/blog.php?post=53024537130>

2 Stor social news sida samt att där man genom enklicksfeedback röstar på content.

3 Intervju med Fredrik Wass [2009-03-09]



Jag har även aktivt följt utvecklingen av sociala medier under året.

Förmodligen främst genom den otroliga resursen Mashable.com<sup>1</sup>, som just nu är den absolut ledande fria nyhetsresursen för allt som händer inom sociala medier-sfären. Genom att följa nyheter har jag kontinuerligt kunnat hitta nya webbplatser och fenomen som har breddat mina kunskaper i området.

Jag har i arbetet ägnat stor vikt att undersöka olika webbplatser av typen social news<sup>2</sup> exempelvis Digg och Reddit<sup>3</sup>. Dock har jag i analysen främst kommit till att fokusera på enklicksfeedback av typen "gilla". Andie Nordgren påtalade dock en stor skillnad mellan enklicksfeedback på webbplatser av typen social news som Digg och att "gilla" något på Facebook. Även om gränssnittet är liknande förändrar det ena en ranking medan det andra handlar om kommunikation mellan människor. Dessutom påpekade Andie vikten av att dela upp nyttan med enklicksfeedback i olika typer av användargrupper<sup>4</sup>.

Arbetet fortskred under hösten med insamlande av material och sedan påbörjades analys och sammansättning. Skrivandet var tänkt att påbörjas tidigare men blev uppskjutet främst av att jag inte kommit fram till vilken inriktning jag skulle använda mig av i arbetet.

## Definition av enklicksfeedback

Enklicksfeedback är feedback som ges med endast ett klick. Det kan vara funktionen "gilla" på facebook eller att "digga" något på Digg.com.

Jag har valt att rikta in mig på system där man endast har valet att klicka eller att inte klicka. Jag kommer dock beskriva vissa system förbigående, för att de ligger inom samma område.

Jag har också valt att främst rikta in mig på system med funktionen "gilla".

---

1 Mashable - About us <http://mashable.com/about/>

2 Webbplatser där man röstar på nyheter eller andra länkar för att avgöra vilka länkar som visas.

3 Stor social news sida som där man bilda egna undersektioner.

4 Intervju med Andie Nordgren [2009-09-16]



## Enklicksfeedback i praktiken

Jag har undersökt hur enklicksfeedback fungerar på olika webbplatser och här har jag valt att beskriva hur några av dem fungerar.

### Facebook

#### Bakgrund

Det massiva sociala nätverket Facebook, grundat år 2004, står idag som det överlägset största sociala nätverket, med över 300 miljoner användare<sup>1</sup>.

Användarna knyts tillsammans i nätverk kring varje enskild användare och utgörs oftast främst av personer som användaren känner i verkligheten.

Tjänster av typen sociala nätverk går generellt sett ut på att skapa ett ramverk vilket sedan användarna fyller med content. Med det stora användartalet så blir det självklart en hel del.

Därför har Facebook en ekonomisk styrka i dess växande användarantal som också möjliggör att webbplatser hela tiden utvecklas.

#### Enklicksfeedback på Facebook

I början av år 2009 infördes funktionen "Facebook likes". Detta innebar att man kunde börja välja att "gilla" content som användaren själv eller någon annan på Facebook producerat.

Content som går att "gilla" idag är:

- Statusuppdateringar
- Loggposter
- Länkar
- Bilder
- Anteckningar
- Olika typer av profilförändringar

---

<sup>1</sup> Facebook - Statistik <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>



Enligt Facebook själva så infördes funktionen för att man på ett lätt sätt skulle kunna visa sitt gillande till något liknande att betygsätta något.

*"This is similar to how you might rate a restaurant on a reviews site. If you go to the restaurant and have a great time, you may want to rate it 5 stars. But if you had a particularly delicious dish there and want to rave about it, you can write a review detailing what you liked about the restaurant. We think of the new "Like" feature to be the stars, and the comments to be the review."*<sup>1</sup>

Detta gör det också enklare att kommunicera ett gillande till den som producerat materialet. Istället för att skriva till exempel "Kul!" eller "Fantastiskt!" i kommentarer med endast ett ord kan man nu istället bara trycka på "gilla"-knappen för att visa sitt gillande.

Facebook berättar hela tiden för dess användare vad andra användare gör. Om någon har gillat någon content syns det i en liten länk på den användarens sida. Detta visas i användarens så kallade ström<sup>2</sup>.

Som Facebook ser ut idag finns det en sektion på förstasidan som heter "Höjdpunkter" / "Highlights". Här hamnar genvägar till content som nyligen blivit gillat eller kommenterat. Exakt vad som visas styrs av Facebook:s algoritmer.

Om exempelvis en statusuppdatering har blivit gillad presenteras det genom att det under den posten står exempelvis "2 personer gillar ditt inlägg". Det går då även att klicka så att man ser vilka personer som har tryckt på "gilla". Till skillnad från de flesta andra webbplatser där enklicksfeedback finns, sker detta på Facebook utan anonymitet.

Facebook tog till sig "gilla" efter att den sociala aggregatorn Friendfeed använt funktionen en tid. På Friendfeed fungerar "gilla" till största del på ett liknande sätt, bland annat är det inte anonymt vem som gillat vad.

---

1 "I like this" <http://blog.facebook.com/blog.php?post=53024537130>

2 Samlad information som visar användaren nyligen uppdaterat content. Eng. feed; web-feed, news-feed.



## Tasteline

### Bakgrund

Tasteline är en webbplats för recept med målsättningen att blanda redaktionellt och användarskapat material. Man vill också att Tasteline ska hålla en hög nivå av interaktivitet för användarna.

### Enklicksfeedback på Tasteline

På Tasteline går det att likt Facebook använda enklicksfeedback av typen "gilla". Det som gillas här är kärnan av Tasteline:s innehåll, nämligen recepten.

Vid varje recept finns det en bild som visar "tumme upp" och där går det också att trycka, varpå det presenteras att ännu en person gillat receptet.

Recepten går sedan att visa sorterade efter rankning efter antal gillanden.

## Digg

### Bakgrund

Digg.com är en webbplats av typen social news. Det innebär att den bygger på att användarna lägger upp nyheter och annat content på sidan.

Det har blivit en väldigt populär plats och ett postat content som blir populärt på Digg så kommer det få en mycket starkt vidare spridning.

### Enklicksfeedback på Digg

Varje upplagt content på Digg kan "diggas" och kommenteras. Att "digga" något är som att ge något ett "gilla"-klick.

Ett gillande presenteras sedan genom att det adderas till det tidigare antalet gillanden. Exempelvis så kan det stå "242 diggs" bredvid en nyhet. De populäraste nyheterna syns sedan i olika listor till höger på förstasidan.

En intressant funktion på Digg som jag inte räknar som riktigt enklicksfeedback är dess kommentarsmoderering. Den sköts av användarna själva genom att de väljer tummen upp - "digga", eller tummen ner "bury" på varje kommentar.

En föregångare till Digg är Reddit.com som fungerar på ett liknande sätt.



## Google fast flip

### Bakgrund

En nyhetsaggregator som just nu tillkommit på Google:s testdel "Google Labs" är Google fast flip. Den bygger på att visa upp skärmdumpar från webnyheter från mängder av olika medier som den sedan länkar till.

### Enklicksfeedback på Google fast flip

På Google fast flip går det "gilla" enskilda nyheter. Populärt rankade nyheter får en hög rankning och blir synliga genom att användaren väljer att titta på högt rankade artiklar.

## Google reader

### Bakgrund

Google reader är en RSS-läsare. Det innebär att den samlar information från olika hemsidor och bloggar, samt presenterar för användaren om nya inlägg tillkommit på dessa sidor. Dessutom går det att hitta gamla inlägg från sidorna.

### Enklicksfeedback på Google reader

I Google reader går det att välja en enskild artikel och "gilla" den.



## Närliggande områden

Jag har funnit flera webbplatser med interaktioner som liknar enklicksfeedback.

Exempel på det är olika typer av rankning på Youtube och Amazon där man har enkel betygsättning med fem stjärnor.

Ett annat exempel är kommentarsmodereringen på Digg och Youtube. Här rankas kommentarerna med "tumme upp" eller "tumme ner". Detta skapar sedan en självmodererande effekt. Bra kommentarer blir lätta att hitta medan de kommentarer som läsarna ogillar kommer att döljas.

I våras kom ett mycket spännande exempel på vad som Suzanne Stefanac kallade "digg-like feature". Till yrket är hon director på Digital Content Lab som är en studio under American Film Institute. Det var president Barack Obama som höll i något som kallades Whitehouse Open For Questions<sup>1</sup>. Här kunde användarna skicka in frågor som sedan med enkel betygsättning motsvarande tumme-upp och tumme-ner rankades av övriga användare. De högst rankade frågorna ställdes sedan live till president Obama.

Liknande frågestunder har utförts av både Digg och Reddit. Nu finns något som verkar vara själva systemet på en webbplats som heter Google Moderator där vem som helst kan skapa ett ämnesområde, vilket sedan folk kan betygsätta frågor och idéer.

---

<sup>1</sup> Open for Questions: President Obama to Answer Your Questions on Thursday  
<http://www.whitehouse.gov/blog/09/03/24/Open-for-Questions-President-Obama-to-Answer-Your-Questions-on-Thursday/>



## Exempel på enklicksfeedback

### Digg.com

658 diggs  
dugg!



**It Didn't Take Dem "Plotting" to Make Limbaugh GOP Leader**  
eyesonobama.com — Democrats didn't concoct some false connection between Limbaugh and the Republican Party. Republicans know if they cross Rush, the firestorm may be enough to end their careers. And so he speaks daily to an audience of millions, unchecked by his fellow conservatives. They think Dems are making this up? Or are they just angry someone finally noticed?




Share Favorite? made popular 13 hr 42 min ago

[1] Nyhet på Digg med digg-knappen till vänster.

**Top in Political News**




- 1531 15 Percent of Americans Have No Religion
- 1387 Its only been 100 days and Obama is already "overwhelmed"
- 1894 Ron Paul 03 07 09 DL Hughley Show
- 1378 Glenn Beck: Legalize Marijuana & Stop The Violence
- 1243 Ex-UN prosecutor: Bush may be next up at The Hague
- 1087 The Crazies are Wondering if Obama is the Antichrist.
- 798 CIA destroyed 12 tapes of 'enhanced interrogation methods'
- 747 Israel annexing East Jerusalem, says EU
- 563 John Cornyn does one better than apologizing to Limbaugh

[2] Lista över mest klickade nyheter inom "Political news" den senaste tiden.


 **joeditto** on 03/07/2009 Lets face it...the Wingnuts have lived in DENIAL for a long, long time. +109 diggs  

Case CLOSED!  
▶ 4 Replies — best has 15 diggs Reply

---

 **LoneRanger85** Below viewing threshold. [Show](#) (5 replies) -70 diggs  

---

 **redcolumbine** on 03/07/2009 Calling Limbaugh the voice and energy of the GOP was just accurate. Calling him the intellect of the GOP was just mean. That's why I liked it. ;-)  
▶ 4 Replies — best has 7 diggs Reply

[3] Kommentarsfält som modereras av användarna genom "Digg"- och "Bury"-knapparna som syns till höger.

Enklicksfeedback som sociala poängssystem  
Petter Karlsson  
Projektledning inriktning spel 07  
Academedias Masters  
[2009-10-08]



## Facebook.com



**Petter Karlsson** kollar på Obama och Vita Husets enklicksfeedback system för röstning av frågor som ska ställas till presidenten och sedan uppläses live på webben av Obama. Fett!  
<http://www.whitehouse.gov/openforquestions/>  
4:53pm · Comment · Unlike

You, **Suzanne Nyström**, **Ulf Eriksson** and 2 others like this.



**Petter Karlsson** at 4:53pm March 26  
Thank you for the tip Suzanne!

Show 3 more comments...




**Petter Karlsson** at 5:08pm March 26  
Din status var ju helt toppen. Helt grym ju.



**Ulf Eriksson** at 5:28pm March 26  
jag kollar också! jättespännande!

Write a comment...

[1] Statusuppdatering som fått flera "likes" och även kommentarer.



Dagens fetkap. Veja Saint Paul Brown på Ekovarhuset. Nedsatta från ca 1200:- till 500:- ... sedan 50% på det. 250:-...som hittat!  
<http://www.veja.fr>

Från albumet: "Loggfoton"

Lades till igår · Kommentera · Gilla

**Sofia Brynäs**, **Frída Bändlöf**, **Lisa Tegelmärk** och 2 andra gillar detta.

**Karl Alfredsson** Avundsjukt för 11 timmar sedan · Ta bort

**Jacques Gillart** Gillart! för 10 timmar sedan · Ta bort

Dela +

Tagga fotot  
Redigera fotot  
Radera fotot  
Skapa profilbild

[2] Uppladdat foto som fått flera "likes" och även kommentarer.



#### SENASTE HÄNDELSERNA

- Petter gillar en länk i På stans Logg.
- Petter gillar [Kerstin Johannsons](#) länk.
- Petter har skrivit i [Emma Skerfvs](#) Logg.
- Petter har kommenterat [Kristoffer Lindes](#) status.
- Petter har kommenterat [Johan Källs](#) status.

[3] På en användares profilsida kan man se att den "gillat" olika content.

#### Höjdpunkter

- Mofeta & Jerre – Bättre i Berlin (Nya Videon)**  
upplagd av [Caroline Holgersson](#)  
 4
- Final final**  
av [Ann-Charotta Kotte](#)  
Troll  
 4 4
- Våra Drömmars Stad – Bohemerna**  
av [Lina Tegelmars](#)  
 1
- Loggfoton**  
[Ola Matti](#) har kommenterat detta.  
 4
- felsäkertläge.se**  
upplagd av [Marika Jansson](#)  
 4
- Medeltidsveckan 2009**  
av [Åsa Sandberg](#)
- Mohandas Karamchand Gandhi – Wikipedia, the f...**  
upplagd av [Morgan Juel](#)  
 5 3

[4] I sektionen "Höjdpunkter"/"Highlights" på förstasidan ser man olika content som genom Facebooks algoritmer väljs att visas för en inloggad användare. De content som dyker upp har är ofta kommenterat och "gillat".



## Tasteline.com

# TASTELINE

I samarbete med SvD och **AFTONBLADET**

RECEPT MENYER INSPIRATION DRYCK HÅLSA KÖSK

Baka Drinkar Efterrätt Fläskfilé **Förrätt** Husman Kyckling Köttfärs Lax Pa

Sök >> Lättlagat! - Max

Sökalternativ

Du är här: Start / Recept / Förrätt

## Förrätt

Först en liten aptitretare. Förrätt är den rätt som serveras före huvudrätten. En typisk förrätt är soppa och en kär klassiker är räkcocktail, men det finns så mycket mer. Här hittar du många goda, spännande och överraskande förrätter.



Bäst betyg Mest visat Vintips Senaste A-Ö

 **Kavringsnittar med parmesancreme** 172   
Riktiga publikfriare som är busenkla att göra.  
0  Skapat av: Svenska Dagbladet

 **Västerbottenostpaj** 160   
En superenkel och mycket uppskattad paj.  
0  Skapat av: Nehlmark

 **Gubbröra** 131   
0  Skapat av: Tasteline

[1] Översikt av recept på förrätter rankade efter bäst betyg.



# TASTELINE

I samarbete med SVD och **AFTONBLADET**

RECEPT MENYER INSPIRATION DRYCK HÄLSA KÖKSK

Baka Drinkar Efterrätt Fläskfilé Förrätt Husman Kyckling Köttfärs Lax Pa

Sök >> Lättlagat! - Max

Sökalternativ

Du är här: Start / Recept / Kavringsnittar med parmesancreme

## Kavringsnittar med parmesancreme

172

Rösta

ca 45 minuter



Riktiga publikfriare som är busenkla att göra.

### DRYCKESTIPS:

**Picàie Rosso.** Komplex vin med mognad. Karaktär av torkad frukt, mandelton och inslag av läder och tobak. Art nr 5331  
119 kr



ANNONS

[2] Inne på valt recept med enklicksfeedback-knapp tydligt exponerad.



## Exempel på användande av betygssystem

### Amazon.com




**Mayfair Games 10th Anniversary Settlers of Catan 3-D Special Edition Treasure Chest Set**  
Other products by [MayFair Games](#)  
★★★★★ (2 customer reviews)

---

List Price: ~~\$499.99~~  
Price: **\$304.00** & this item ships for **FREE with Super Saver Shipping**. [Details](#)  
You Save: \$195.99 (39%)

**In Stock.**  
**We are not able to ship this item to your default shipping address.**  
Ships from and sold by **Amazon.com**.

Only 2 left in stock--order soon (more on the way).

[See larger image and other views](#)  


[See 1 customer image](#)  
[Share your own customer images](#)

**3 new** from \$304.00

[1] Produkt på Amazon.com med betyg under produktens titel.

#### Customers Who Bought This Item Also Bought



[Battlestar Galactica: The Complete Serie...](#)  
DVD ~ Edward James Olmos  
★★★★☆ (114)  
\$207.99



[Puerto Rico](#)  
★★★★★ (45) \$30.27



[Cranford](#) DVD ~ Judi Dench  
★★★★★ (148) \$22.99



[Handstands 48 CD and DVD Storage Binder \(Model 11307\)](#)  
★★★★★ (32) \$14.99

[2] Förslag på köp visande vilka ytterligare varor kunder som också handlat den valda produkten köpt. Betyget syns tydligt under varje produkt.



## Whitehouse Open for Questions

Education 465,164 votes on 13,703 questions from 28,427 people

### Thank you for participating.

**Popular questions:**

"The Founding Fathers believed that there is no difference between a free society and an educated society. Our educational system, however, is woefully inadequate. How do you plan to restore education as a right and core cultural value in America?"    
[Takeok](#), Boston, MA

"For students graduating from college and graduate school, many of us have obscene amounts of debt. Do you have any plans to help alleviate some of that debt, given the current state of the job market?"    
[Am](#), Chicago, IL

"Mr President What are you going to do about local public schools cutting enrichment programs (arts, science, PE) due to the budget issues? While we need to increase our education levels, yet we see less dollars for schools. Thanks Sunnyvale\_mom"    
[sunnyvale\\_mom](#), Sunnyvale CA

"As a college student, I am very concerned about the cost of tuition and the interest of student loans. What is going to be done to make getting a higher education easier for those of us who have to pay our..."

No longer accepting new questions at this time.

[1] Användarna kunde skicka in frågor som andra användare sedan kunde "gilla" eller "ogilla".  
De högst rankade frågorna togs ställdes till Obama vid en live-sändning.



## Youtube.com

**You Tube** Broadcast Yourself™    
[Hem](#) [Videoklipp](#) [Kanaler](#)

### Anders och Måns:Udda namn

0:13 / 2:21

★★★★★ 178 rankingar 41 346 visningar

[Favorit](#) [Dela](#) [Spellistor](#) [Flagga](#)

[Skicka videoklipp](#) [Facebook](#) [MySpace](#) (fler delningsalternativ)

[1] Video på Youtube. Betyget syns tydligt under filmen.

- beirutistheshit** (4 månader sedan) [Svara](#) | [Skräppost](#) +2
- Hahahahaha!!
- Rekkimao** (5 månader sedan) [Svara](#) | [Skräppost](#) +5
- GAH! minns när detta gick på TV...goda tider det, skratta som fan åt detta avsnittet! XD WOMBAWOMBA!!!
- Mattarfakkar** (5 månader sedan) [Svara](#) | [Skräppost](#) +4
- "jag har en lista med udda namn här" haha pallar inte

[2] Youtube har även kommentarsfält som självmoderas av användarna.



## Resultat

Under arbetets gång har jag kommit fram till flera slutsatser utifrån intervjuer, möten, att följa nyheter samt egna praktiska studier.

Det som gett allra mest har varit de reflektioner och inblickar jag fått från mina samtal med kunniga professionella. Den första av dessa var med journalisten och föreläsaren Fredrik Wass i mars som ledde fram till många tänkvärda åsikter till min förstudie. Vi pratade mycket om vikten av hur enklicksfeedback potentiellt kunde förändra demografin bland användarna, om det var så att passiva konsumenterna nu i högre grad började vara aktiva tack vare enkelheten. Vi pratade också om hur "gilla" påverkar beteendet hos användarna på Facebook. Eftersom man inte kan välja att "ogilla" något skapas en positiv anda då man inte kan göra ett negativt val.

Under två tillfällen fick jag chansen att intervjua Andie Nordgren som bland annat studerat sociala medier vid Interaktiva Institutet. Hon la bland annat fram vikten av att särskilja enklicksfeedback i form av "gilla" och "digga" då ett gillande på Facebook handlar om kommunikation medan ett "digga" enbart skapar en skillnad i en ranking. Andie påtalade också om hur enklicksfeedback skapar en anknytning mellan innehållet och användare. Detta är något som kan skapa kraftfulla relationer i nätverken. Vi pratade också en hel del om huruvida gillanden förändrar vårt sätt att skriva statusuppdateringar och om enklicksfeedback kan ha påverkan på hur vi utformar vår content.

Med Sus Lundgren som doktorerar inom informationsdesign på Chalmers Tekniska Högskola pratade vi om det var så att enklicksfeedback kunde öka skapandet av det hon kallade för "fattig" content. Med det menades content som egentligen inte har något högt egenvärde utan är skapat för att exempelvis få många gillanden. Vi diskuterade också vad ett "gillande" egentligen innebär. Sus resonerade om att "gilla" är ett sympatiuttryck, en allmänuppskattning av personen och meddelandet. Men i praktiken behöver det enbart betyda att användaren sett det specifika content som man sedan "gillat".



Jag intervjuade också den norska interaktionsdesigner och informationsarkitekten Eirik Fatland. Vårt samtal var oerhört givande och väldigt många bra synpunkter framkom. Eirik pratade om minska distansen mellan läsaren och skaparen. Genom att förenkla för läsaren att bekräfta att den läst något, kan man delvis bli av med problemet som Eirik kallar "den osynliga läsaren". Vi diskuterade också hur det inte var märkbart att det skapats nya grupper som börjat påverka content med att trycka "gilla". Snarare upplevde Eirik det som att det var de som redan var aktiva med kommenterar och annat sorts påverkan som nu i hög grad börjat gilla content. Vi samtalade också en hel del om enklicksfeedback bör införas på fler webbplatser. Där var hans åsikt att det absolut kan finnas poänger med att för en sajtägare införa enklicksfeedback men att man alltid måste tänka efter innan. Funktionen måste fylla ett syfte som passar för webbplatsen natur. Det finns inget egenvärde med ett införande av funktionen även om det är väldigt användbar på många andra webbplatser. Däremot så kan funktionen ge väldigt mycket införd på rätt ställe.



# ANALYS OCH DISKUSSION

Efter att ha gått igenom hur enklicksfeedback kan se ut och verka så har jag kommit fram till flera slutsatser. Det har varit en väldigt intressant tid under arbetets gång där jag till slut känner att jag nått fram till flera bra slutsatser.

## Analys

### Nyttoeffekter med enklicksfeedback

Jag har gjort en klassificering av 4 olika typer som kan dra nytta av effekterna av enklicksfeedback. Detta för att nyttan ser väldigt olika ut för de olika användartyperna.

#### Sajtägaren

*Ägaren av webbplatsen.*

Sajtägaren får mer content på sin webbplats i form av exempelvis gillanden. Kommunikation främjas också vilket gör att besökare stannar kvar på webbplatsen längre.

Att använda enklicksfeedback som enkel metod för rankning är även väldigt kraftfullt. Det kräver otroligt lite av användaren men rankingen kan vara desto mer värdefull.

Jag tror att det tack vare dessa effekter i förlängningen kan skapa goda ekonomiska fördelar för sajtägaren att ha enklicksfeedback på sin sida.

#### Skaparen

*Användare som skapat content.*

Den användare som skapat det content som blivit "gillat" kan uppleva det som mycket glädjande att någon sett dennes inlägg. Gillandet kanske även kan tolkas på flera sätt. Exempelvis att personen är duktig, smart eller rolig.

När det skaparen gjort blir gillat får den uppmärksamhet och därigenom bekräftelse.



## Kritikern

*Användare som trycker på "gilla" för att värdera content.*

En kritiker som tycker om att välja att klicka "gilla" några gånger när den exempelvis surfar igenom ett stort album av bilder på Facebook behöver inte känna att man måste skriva en kommentar på varje bild den uppskattar.

Den kan också tycka att det känns kul och bra att kommunicera ett gillande på någons status på Facebook eller digga en nyhet på Digg som man tycker var helt klockren. Man gillar helt enkelt att uttrycka sin åsikt.

Användaren som gillat, får också en relation till innehållet genom att den en gång brytt sig om det.

## Konsument

*En passiv användare som ej väljer att trycka på "gilla" men som ändå drar nytta content har blivit "gillat"/rankat*

Det finns i system med enklicksfeedback många användare som inte använder funktionen alls trots funktionens enkla utformning.

Dessa användare drar dock ändå nytta av det, då de kan ha glädje av att ha se ranking, samt att se hur ens nätverk förhåller sig till varandra genom att se vem som gillar vad på Facebook.

## Diskussion

Att man sänker tröskeln för interaktion så mycket man kan är i grunden något positivt eftersom det främjar mer interaktion. Detta är kärnan till varför enklicksfeedback är positivt. För att enkelhet helt enkelt är något eftersträvanvärt ur användarsynpunkt.

Finns det inte då risker med att man skapar en massa fattig content, om den enda åsikten som kommer fram med ett klick egentligen är att man läst det och i bästa fall man gillat det? Det skapar förmodligen högre värden när personer istället tar sig tid och skriver en kommentar. Jag tror dock inte att enklicksfeedback generellt sett gör att man väljer bort att skapa mer



djupgående kommunikation. Jag tror att folk ibland vill ge ett content ett litet gillande, även om de fortfarande gärna kommenterar något om de känner för det.

Genom att "gilla" eller "digga" content så skapas också en relation mellan läsaren och innehållet. Användaren knyts till webbplatsen i helhet.

Vad innebär det egentligen att "gilla" något på Facebook? Gillar man det verkligen? Att "gilla" något är ett sympatiuttryck, en allmän uppskattning av personen och meddelandet. Det skapar bekräftelse hos läsaren. Något som absolut stärker de exhibitionistiska drag som många får av att vika ut sina liv på Facebook. Att "gilla" något innebär egentligen bara att läsaren sett meddelandet och tryckt på en knapp. Detta till trots ska man inte förringa det som något oväsentligt, då det uppvisar att någon faktiskt läser. Det löser till exempel problemet med den osynliga mottagaren på nätet. På både Facebook och Friendfeed kan man också se exakt vem som gillat vad.

En teori jag hade i början av arbetet av om enklicksfeedback var, om fenomenet kunde skapa ett mellansteg mellan de som enbart passivt surfar och de som kommenterar och skapar innehåll. Det som jag kommit fram till är nog snarare att det sker mer interaktion bland de 10 % som redan är väldigt aktiva. Detta är i sig absolut inte är något dåligt, eftersom de då skapar relationer mellan content som kanske annars ingen hade interagerat med.

Det finns många exempel på webbplatser med enklicksfeedback där beteendet har närmast sig "game-like". Exempel på det är till exempel Reddit:s karma-system där användare får belöning för sina interaktioner och gillanden. Den sportsliga sidan har dykt upp hos många och man jagar helt enkelt efter högre karma. Intressant är också den norska communityn Underskog som också har vissa moment av enklicksfeedback. Här delar man ut en viss mängd "kudos" till varandra. Dock kan endast mottagaren och sändaren se hur mycket kudos man gett och fått. Ett väldigt intressant grepp.

Något som syns på de olika social news sidorna är ju att det verkligen finns en stark kollektiv kraft med enklicksfeedback till rankning och med rankningssystem rent generellt kan man också hitta många nyttopoängar. Till



exempel kan man titta på e-handelssajten Amazon.com. Sedan man införde det femstjärniga betygssystemet ökade man sin conversion rate med 50 %<sup>1</sup>. Conversion rate är den andel av besökare som går in på webbplatsen och gör ett köp, då man kunde se vad andra tyckte om produkterna man skulle inhandla. Vi människor gillar helt enkelt betyg och på Amazon har det fungerat på ett otroligt kraftfullt sätt.

Många saker pekar helt enkelt på att enklicksfeedback är riktigt bra. Det betyder dock inte att en sajtägare över exempelvis ett community bör införa funktionen helt okritiskt. Man måste först se igenom vilket syfte man vill uppnå. Men om detta kan gagnas av enklicksfeedback så bör man definitivt skapa möjligheter för kunna använda det.

## Arbetets gång

Jag är nöjd med den metod jag har valt att arbeta med. Jag känner att intervjuerna har gett väldigt mycket och jag skulle absolut kunna göra fler och ännu djupare sådana.

Tiden som jag sysslat med att gräva mig in sfären av sociala medier känns väldigt väl spenderad. Jag upplever att jag fått stor utökad kunskap inom fältet och är helt säker på att det kommer att stärka mig i min framtida yrkesbana.

Idag rör vi oss i dessa medier utan att vi ens reflekterar över det och vi är använder oss av lösa överenskommelser för kommunikation som kan förändras på månadsbasis. Vi är vana och samtidigt ovana. Vi är erfarna och samtidigt nybörjare. Det vi måste acceptera är att vi nu lever i symbios med internet. Det är numera en viktig del i de flesta liv med både fördelar och nackdelar. Därför är det otroligt viktigt att vi lär oss mer om hur detta påverkar oss och hur vi egentligen rör oss i de här miljöerna. Jag tycker att det är otroligt spännande och vill gärna hålla på med liknande saker i framtiden rent professionellt.

---

1 Intervju med Eirik Fatland [2009-09-15]



# REFERENSER OCH KÄLLOR

## Intervjuer

### Eirik Fatland

Informationsarkitekt och interaktionsdesigner på [Tarantell](#).  
<http://efatland.com> - [2009-09-15]

### Sus Lundgren

Doktorand inom interaktionsdesign på Chalmers Tekniska Högskola.  
<http://www.cs.chalmers.se/~lundsus/> - [2009-09-16]

### Andie Nordgren

Development coordinator och product manager för [RjDj](#).  
<http://log.andie.se> - [2009-04-20] och [2009-09-16]

### Fredrik Wass

Journalist och föreläsare inom internet, sociala medier och webbutveckling.  
<http://bisonblog.blogs.com/blog/> - [2009-03-09]

## Webbkällor

"I Like this" - Facebook

<http://blog.facebook.com/blog.php?post=53024537130> [2009-02-25]

Amazon.com

<http://www.amazon.com/> [2009-09-16]

Content is king - The importance of good content

<http://www.akamarketing.com/content-is-king.html/> [2009-09-17]

Facebook - Fakta om Facebook

<http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet> [2009-09-17]

Enklicksfeedback som sociala poängssystem  
Petter Karlsson  
Projektledning inriktning spel 07  
Academedias Masters  
[2009-10-08]



Facebook - Statistik

<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> [2009-09-17]

FaceRank - sociala kvalit 

<http://www.grafixstudio.se/marknadsforing/facerank-social-kvalite/> [2009-08-28]

Fast Flip: Google Launches a New Way to Read the News

<http://mashable.com/2009/09/14/google-fast-flip/> [2009-09-14]

Friendfeed - About Friendfeed

<http://friendfeed.com/about/> [2009-02-24]

Google Moderator

<http://moderator.appspot.com/> [2009-06-10]

How Digg Works

<http://digg.com/how> [2009-03-01]

Mashable - About us

<http://mashable.com/about/> [2009-09-30]

Open for Questions: President Obama to Answer Your Questions on Thursday

<http://www.whitehouse.gov/blog/09/03/24/Open-for-Questions-President-Obama-to-Answer-Your-Questions-on-Thursday/> [2009-04-26]

Pusha

<http://www.pusha.se/om> [2009-02-24]

Revision3 - Video interview with Reddit.com Co-found Alexis Ohanian

<http://revision3.com/internetsuperstar/2008-10-09reddit/> [2009-06-04]

Tasteline

<http://www.tasteline.com/> [2009-03-02]

Wikipedia - Newswine

<http://en.wikipedia.org/wiki/Newswine> [2009-09-15]

Wikipedia - Social media

<http://en.wikipedia.org/wiki/> [2009-09-16]

Wikipedia - Social Bookmarking

[http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_bookmarking](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_bookmarking) [2009-03-02]

Wikipedia - Sociala medier

[http://sv.wikipedia.org/wiki/Sociala\\_medier](http://sv.wikipedia.org/wiki/Sociala_medier) [2009-09-16]

Wikipedia - Web 2.0

[http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0) [2009-03-01]

Underskog

<http://underskog.no/> [2009-09-15]