



DETTA ÄR EN UTSKRIFT FRÅN INTERNETWORLD

Artikelns webbadress: <http://www.idg.se/2.1085/1.347847/nu-forskar-vi-om-sociala-medier>

2010-10-22 11:01 - Internetworld:

# Nu forskar vi om sociala medier

Av Johan Larsson

**Uttalanden om sociala medier bygger oftare på snärtiga formuleringar och intressanta anekdoter än vetenskapliga studier av traditionellt snitt. Men vad gör den akademiska världen för att förstå fenomenet? Här är tre svenska forskare i frontlinjen.**

**Robin Teigland hade tur.**

Hon skulle, om hennes forskningshandledare fått bestämma, studerat företagsstruktur på Ericsson. Men det verkade för tråkigt så istället hamnade hon på Icon Media Lab i slutet av 1990-talet och fick uppleva den första internetboomen från insidan. Och det var där hon fick upp ögonen för kraften i informella nätverk på internet.

**När hon intervjuade** programmerarna fann hon att de använde forum och messageboards på nätet för att utbyta information och göra sitt jobb bättre.

**Idag är Robin Teigland** docent på Handelshögskolan i Stockholm och forskar om dagens digitala nätverkskultur. Utvecklingen har gjort det lättare för Robin Teigland att studera sina informella nätverk. Förr var hon tvungen att bli insläppt i de sammanhang hon ville studera.



Robin Teigland, docent på Handelshögskolan i Stockholm.

**Men hon berättar** också att även om verktygen utvecklas i snabb takt så fungerar de informella nätverken på ungefär samma sätt som de gjorde innan sociala medier slog igenom.

– **Om man** ska förstå de grundläggande principerna så spelar det ingen roll om det är Facebook, Twitter eller en gammaldags mejlinglista man tittar på, säger Robin Teigland.

**Principerna beskriver** hon som följer: de informella nätverken är självreglerande. Människor är bra på att känna in vad som passar och inte passar att dela med sig av.

**Många företag** och organisationer är rädda att släppa kontrollen och låta anställda använda öppna nätverk i jobbet, men det är väldigt sällan som anställda skriver sådant som är olämpligt, utan nätverkandet är självreglerande, säger hon.

**Nästa princip handlar** om kontroll. Det går inte att kontrollera eller styra nätverkandet. Till exempel går det inte att beordra människor att engagera sig i nätverk. Det måste finnas andra drivkrafter hos personerna. Som till exempel att uppmärksammas av kollegor och vänner och få bekräftelse på det man kan, vilket är en vanlig drivkraft.

**Den tredje principen** som Robin Teigland formulerar är att för att få något så måste man ge. Det funkar inte att komma in i ett nätverk och bara ta för sig utan att bidra själv. Då blir man oftast inte särskilt populär.

**Hon intresserar sig** också mycket för virtuella världar av olika slag och tror att det tredimensionella kommer att förändra mycket framöver. Hon jobbar nu med att dra igång projektet Nordicworlds som ska studera tredimensionella sociala medier – eller virtuella världar som World of Warcraft eller Second Life – för att se hur företag använder och kan komma att använda virtuella världar i sina verksamheter.

**Själv är hon** nyfiken på relationen mellan människa och avatar. Hon berättar att man kunnat visa att när en spelare i World of Warcraft ser sin avatar springa får spelaren själv högre puls. Så mycket identifierar vi oss alltså med våra virtuella alter egon att våra kroppar reagerar rent fysiskt.

**Och detta, hur** vi kroppsligt påverkas av de nya medierna, är något som Robin Teigland gärna vill undersöka framöver. Den amerikanska forskaren Paul Zak har till exempel visat att hormonet oxytocin som gör oss lugna och välmående utsöndras mer när en person använder sociala medier.

**I ett försök** påvisades i hjärnan hos en försöksperson en ökning av oxytocin med 13 procent efter tio minuters Twitter-användning. Det är lika stor ökning som hos en brudgum som gifter sig. Även nivåerna av stresshormoner som kortisol och ACTH gick ner med ungefär 11 respektive 15 procent.

– Vi har knappt ens börjat att förstå vad som händer i hjärnan, men det är jättespännande, säger Robin Teigland.

**Och hon hoppas** snart kunna hitta någon svensk hjärnforskare att samarbeta med framöver för att kanske kunna lära sig att förstå mer om hur våra kroppar påverkas av sociala medier.

---

Läs om de andra två forskarna nedan!

**FAKTA**

**Robin Teigland**

Docent på Handelshögskolan i Stockholm.

Studerar hur vi påverkas och kan använda oss av digitala nätverk, bland annat genom det kommande projektet Nordic Worlds.

Läs mer om Robin Teigland och projektet Nordic Worlds på [nordicworlds.net](http://nordicworlds.net)

---

Copyright © 1996-2010 International Data Group AB