

Örebro universitet

Handelshögskolan

Informatik med systemvetenskaplig inriktning C

Handledare: Johan Aderud

Examinator: Hannu Larsson

HT 14

Den moderna kommunikationen

En rapport om instant messaging och hur det används av unga vuxna studenter

Daniel Nilsson 930523

Jörgen Nilsson 860527

Sammanfattning

I denna rapport kommer vi att avhandla en undersökning om så kallade Instant Messaging-tjänster, det vill säga tjänster som via internet kan skicka direkta meddelanden mellan användare av smartphones. Idag finns det hur många sådana tjänster som helst vilket fick oss att fundera, vilka är egentligen de populäraste? Varför har de blivit så populära? Och vad används dessa till?

Vi har studerat unga vuxnas studenters relation till IM-tjänster och för att göra detta har vi använt en flermetodsforskning där en litteraturstudie kombinerats med både en enkät- och intervjustudie. Genom den har vi undersökt deras syn på dessa tjänster, hur och varför de använder dem och utifrån deras perspektiv hittat de bakomliggande faktorerna till valet av IM-tjänst. Vårt resultat talar för att det är en kombination av socialt inflytande från sociala kretsar, ett sätt att snabbt kunna kommunicera samt ett lågt pris som leder unga vuxna studenter mot de populära IM-tjänsterna där det sociala inflytandet väger tyngst. IM-tjänster används främst för att kommunicera med vänner och planera aktiviteter. Bland de IM-tjänster vi undersökt så var *Facebook Messenger* den populäraste.

Grundläggande begrepp

Instant messaging-tjänster (IM-tjänster): Tjänster med chattfunktionalitet som hittas i exempelvis appar som *WhatsApp* och *Facebook Messenger* (Church & De Oliveira, 2013). Användare kan med dessa appar skicka meddelanden mellan varandra med hjälp av olika sorters internetuppkoppling (Wikipedia, u.å.a).

App: En applikation som går att ladda ner från en smartphones appbutik e.g. Google Play till Android respektive App Store för iOS (Wikipedia, u.å.b).

Android: Detta är operativsystemet utvecklat av Google och som används i alla Androidprodukter vilket främst är läsplattor och smartphones (Wikipedia, u.å.c).

iOS: Apples operativsystem heter iOS och har ett snarlikt användningsområde som Android (Wikipedia, u.å.d).

App-butik: Digitala butiker där appar finns tillgängliga för nerladdning, både gratis och mot betalning. Exempel på app-butiker:

Google Play: Detta är Googles officiella app-butik där försäljning av appar till produkter med Android sker (Wikipedia, u.å.e).

App Store: På App Store säljs appar till Apples produkter. Detta är Apples officiella app-butik (Wikipedia, u.å.f).

Sociala medier/nätverk: Representerar en mängd olika tjänster för socialt utbyte mellan olika användare. Det är ett brett uttryck som innefattar till exempel Facebook och Twitter. Kommunikation i dessa tjänster sker med hjälp av text och olika media som bild, ljud och video (Nationalencyklopedin, u.å.a).

Smartphone: En smartphone (smartmobil på svenska) är en bärbar telefon som har likheter med en traditionell dator, med funktionalitet som e-post, internetsurfing och sociala medier. Man använder sig av en pekskärm för att interagera med telefonen (Nationalencyklopedin, u.å.b)

SMS (Short Message Service): SMS är en tjänst för kommunikation mellan mobiltelefoner. Ett meddelande som skickas via SMS kan vara 160 tecken långt och skickas via GSM-nätet (Grinter & Eldridge, 2001).

Innehåll

1 Inledning	1
1.1 Bakgrund & ämnesområde.....	1
1.2 Syfte	2
1.3 Frågeställning	2
1.4 Granskning av frågeställning.....	2
1.5 Avgränsning	3
1.6 Intressenter	3
2 Perspektiv	4
3 Teori	5
3.1 Centrala begrepp	5
3.2 IM-tjänstens historia	6
3.3 Genomgång av IM-tjänster	6
3.4 Varför väljer man IM-tjänster?	7
3.4.1 Sociala influenser	7
3.4.2 Kostnad.....	8
3.4.3 Lojalitet och User satisfaction	8
3.5 Vad används IM-tjänster till?	9
3.6 Funktionalitet.....	10
4 Metod	11
4.1 Flermetodsforskning	11
4.2 Litteraturstudie	12
4.3 Enkät som datainsamling	13
4.3.1 Enkätens utformning.....	14
4.4 Intervju som datainsamling	16
4.4.1 Konstruktion av intervjufrågor	18
4.5 Analysmetod.....	20
4.5.1 Enkätens dataanalys.....	20
4.5.2 Bortfall i enkätstudien	21
4.5.3 Analys av intervjuer.....	21
4.5.4 Slutgiltig analys	22
4.6 Etik.....	22

4.7 Alternativ datainsamling.....	22
4.8 Källkritik.....	23
4.9 Metodkritik.....	23
4.9.1 Enkätutformning	25
5 Resultat	27
5.1 Resultat av enkätstudie.....	27
5.2 Resultat av intervjustudie.....	31
5.2.1 Vilka IM-tjänster används?.....	31
5.2.2 Varför just dessa IM-tjänster?	31
5.2.3 Kostnad.....	33
5.2.4 Vad används dessa IM-tjänster till?.....	33
5.2.5 Tekniska aspekter och funktionalitet	35
6 Analys & Diskussion	38
7 Slutsatser	42
8 Vidare forskning	44
9 Källförteckning.....	45
Artiklar	45
Böcker	45
Webbkällor.....	46

1 Inledning

Här går vi igenom bakgrund och ämneområdet, syfte, frågeställning och intressenter. Det här kapitlet ska leda in läsaren i rapporten.

I dagens samhälle så är kommunikation allt. Vi pratar med varandra mer än någonsin och mycket av denna kommunikation sker via internet. Med sociala nätverk som Facebook och Twitter är numera informations- och kommunikationsflödet ständigt i rörelse framför de digitala skärmarna. Om vi vill ta reda på något om någon vi känner så finns det en stor sannolikhet att vi kommer använda oss av någon av dessa stora plattformar för att finna information. Men när det gäller den mer privata kommunikationen, den som sker mellan två personer eller mindre grupper, så är det något annat som används. I denna rapport studerar vi så kallade Instant Messaging-tjänster, som exempelvis *WhatsApp* och *iMessage*. Det är tjänster som använder sig av internet för att kunna skicka meddelanden mellan användare. Tjänsterna har flera olika funktioner som gör att vi numera även kan ringa och skicka meddelanden och bilder till vänner och bekanta utan att det syns på telefonräkningen.

1.1 Bakgrund & ämnesområde

Smartphonens genomslagskraft i världen har varit enorm. Under 2013 skeppades för första gången över en miljard smartphones världen över (IDC, 2014). I och med smartphonens intåg på marknaden så har nya sätt att kommunicera dykt upp i smartphone-användarens vardag. Genom att ha telefonen uppkopplad till internet så får användarna tillgång till hundratals appar som tillhandahåller funktioner för att kommunicera, så som *Whatsapp*, *Kik*, *Viber*, *Facebook Messenger* och *Skype* (Google Play, u.å.a).

Tydliga tecken på att användandet av IM-tjänster växer kan man se i ökningen av aktiva användare hos både *WhatsApp* och *Facebook Messenger*. *WhatsApps* aktiva användarantal ökade mellan april och augusti 2014 med 100 miljoner från 500 till 600 miljoner användare (Olson, 2014, 25 augusti) och *Facebook Messenger* nådde i november samma år 500 miljoner aktiva användare (Business Insider, 2014).

Dessa populära IM-tjänster, tillsammans med en mängd andra, går att finna på vardera smartphones marknadsplats Google Play och App Store. I juli 2014 hade mängden appar i vardera appbutik nått upp till 1 300 000 och 1 200 000 (Statista, 2014a) och tidigare statistik visar att tempot på utgivningen av appar inte kommer stanna av (Statista, 2014b). Att se en sådan ständigt stigande utveckling väcker ett intresse att gräva djupare inom detta område.

Med tanke på att det finns en sådan stor mängd liknande appar som tillhandahåller tjänster för så kallad instant messaging så började vi fundera på varför just de populäraste apparna har nått den dominerande position de idag besitter. Vad är det som gör att smartphone-användare väljer att ladda ner dessa appar? och vad använder användarna dessa appar till? Vi ville få användarnas syn av IM-tjänster, vilka IM-tjänster använder de? varför använder de just dessa IM-tjänster? samt vad de använder dem till?

1.2 Syfte

Vårt syfte med denna rapport var att ta reda på vilka IM-tjänster som används bland unga vuxna studenter, hitta anledningarna till varför just dessa IM-tjänster används och vad dessa tjänster används till. För att hitta en målgrupp att studera som användare av IM-tjänster så vände vi oss mot unga vuxna studenter. Unga vuxna är en aktiv målgrupp vid användande av smartphones (Findahl, 2013), och specifikt studenter då de rent historiskt legat i framkant när det gäller användandet av nya tekniker, som exempelvis IM-tjänster (Barkhuus & Tashiro, 2010).

1.3 Frågeställning

I denna rapport kommer vi att besvara följande frågeställning.

Hur resonerar unga vuxna studenter kring IM-tjänster?

För att besvara vår frågeställning så har vi undersökt följande underfrågor:

- Vilka IM-tjänster använder unga vuxna studenter?
- Varför väljer unga vuxna studenter just de tjänsterna?
- Vad använder unga vuxna studenter sina IM-tjänster till?

1.4 Granskning av frågeställning

Vårt syfte är ta fram hur unga vuxna studenter resonerar kring IM-tjänster. För att göra detta har vi valt att svara på tre underfrågor till vår frågeställning, nämligen: Vilka IM-tjänster använder unga vuxna studenter? Varför väljer unga vuxna studenter just de tjänsterna? och vad använder unga vuxna studenter sina IM-tjänster till?

För att ta reda på vilka IM-tjänster som unga vuxna studenter föredrar så måste vi först titta på vilka IM-tjänster som faktiskt används. Genom att skapa oss statistik på de populäraste IM-tjänsterna så kan vi dra

slutsatser om hur utspridningen av appar ser ut bland vårt urval. När vi fått reda på vilka IM-tjänster som används så frågar vi oss vad det finns för bakomliggande anledningar till att just dessa tjänster används och vad dessa IM-tjänster används till.

1.5 Avgränsning

Vi har valt att avgränsa vår rapport till IM-tjänster där man skriver direkta meddelanden till antingen en annan person eller till en grupp. Om vi skulle inkludera även andra sätt att skicka meddelanden via smartphones som till exempel e-mail, sociala nätverk eller forum så skulle rapporten bli alldeles för bred och inte tillräckligt fokuserad för att skapa en tydlig förståelse om IM-tjänster.

En till avgränsning som gjorts är vårt urval där vi undersöker unga vuxna studenter mellan åldrarna 18-29 år. Anledningen till att vi valt att avgränsa oss är för att det är den åldersgrupp som använder sig mest utav smartphones, vilket är ett krav på våra respondenter (Findahl, 2013). Studenter är även en bra grupp att undersöka i vår rapport då de rent historiskt har varit tidiga med att anamma modern teknik, som till exempel IM-tjänster (Barkhuus et al., 2010).

1.6 Intressenter

Intressenter som skulle kunna ta del av vår rapport är studenter och forskare som vill forska vidare inom ämnesområdet IM-tjänster. Vårt resultat kan ses som en grund som andra kan bygga vidare på med ytterligare forskning.

2 Perspektiv

Denna rapport är skriven ur ett användarperspektiv. Med det menar vi att själva rapporten är skriven utifrån användarna av IM-tjänster och deras syn, åsikter och perspektiv på dessa. Vi vill utifrån detta kunna återge användarnas perspektiv på IM-tjänster och det är det som ligger till grund för denna rapport.

Vi som skrivit denna rapport är två stycken Informatikstudenter vid Örebro universitet. Utifrån informatikperspektivet som handlar om interaktionen mellan människa och dator så föll det sig naturligt att välja inriktningen hur användarna använder sig av IM-tjänster och vad de tycker och tänker kring dem.

Under sökandet efter källmaterial har vi hittat flera olika källor som på olika sätt belyst ämnesområdet IM-tjänster (Church et al., 2013; Zhou & Lou, 2011; O'Hara, Massimi, Harper, Rubens, & Morris, 2014; Diring & Sundelin, 2013; Sultan, 2014; Ahad & Lim, 2014). Vissa av dem är mer eller mindre liknande vår rapport. En gemensam nämnare för många av dem är att de riktar in sig på användaren. Sedan skiljer de sig åt vissa i andra aspekter där en del nästan gör en typ av marknadsundersökning med fokus på användarbarhet eller ekonomi medan andra är mer sociologiska där de undersöker bakomliggande psykologiska aspekter i användandet av IM-tjänster. En del är fokuserade på en specifik IM-tjänst medan andra inriktar sig kring användandet av flera olika IM-tjänster. Eftersom IM-tjänster är ett relativt nytt område så tycker vi oss, utifrån mängden studier med inriktningen vardagsanvändningen av IM-tjänster, kunna se att det behövs mer forskning inom det. Av studier inom Sverige som berör IM-tjänster har vi bara hittat Diring et al. (2013) studie. De riktar visserligen in sig på studenter i Stockholm i åldrarna 18-25 men de har även fokuserat på olika typer av kommunikation som synkron och asynkron och kommunikation i mobilspel med mera vilket är något vi inte gör. Deras frågeställning är även den mer generell i sin utgångspunkt och berör alla typer av kommunikation för privata meddelanden i smartphones. Vårt fokus ligger istället på studenter i åldrarna 18-29 vid och är inriktad på flera olika IM-tjänster till smartphones och hur unga vuxna studenter resonerar kring dessa. Studien vi genomfört bidrar med ett svenskt perspektiv på IM-tjänster ur unga vuxna studenters syn, till skillnad från de studier vi tagit del av där en majoritet av dem är genomförda i andra länder. Vår studie begränsar sig inte till en specifik IM-tjänst vilket flera tidigare studier gjort till exempel WhatsApp.

3 Teori

Här går vi igenom tidigare forskning om IM-tjänster och centrala begrepp för vår rapport.

3.1 Centrala begrepp

IM och IM-tjänster (Instant messaging): Vi har valt att använda oss av termen IM och IM-tjänster när vi talar om tjänster till smartphones för direkt kommunikation till exempel *WhatsApp*, *iMessage* och *Facebook Messenger*. I Church, et al., (2013) så väljer de att särskilja IM-tjänster och SMS ifrån varandra, då de vill kunna jämföra skillnaderna mellan kommunikation via SMS och *WhatsApp*. Dock går IM-tjänster under förkortningen MIM i deras studie, vilket då står för Mobile Instant Messaging. O'hara et al. (2014) använder sig även av termen instant messaging för att beskriva appar som *WhatsApp*, *iMessage* och *Viber* men använder sig även av termen Over the top applications, även förkortat OTT. Vi har då valt att hålla oss till begreppet IM för enkelhetens skull. IM-tjänster skiljer vi från e-mail då IM-tjänster används till en mer direkt kommunikation, likt SMS. I IM-tjänster kan man skicka textmeddelanden, bilder, ljudklipp och annat för att kunna kommunicera. Kommunikationen sker via internet (Sultan, 2014; O'hara, et al., 2013).

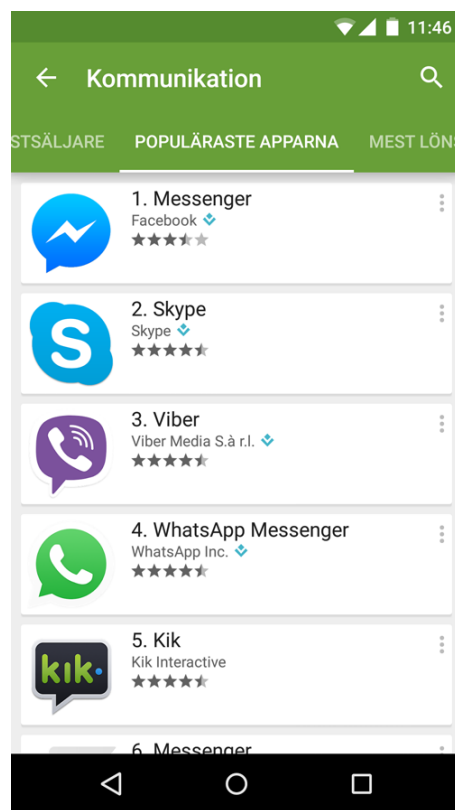
Sociala medier/Sociala mediatjänster: Vår rapport behandlar inte direkt sociala medier men vi känner ändå att det är viktigt, för tydlighetens skull, att beskriva hur vi ser på sociala medier och i vilken relation de ligger mot IM-tjänster. Sociala medier är media där det är användarna som fyller på med innehåll. De flesta sociala medier tar ofta formen av en webbtjänst som exempelvis *Facebook*, *Twitter* och *Tumblr* (Nationalencyklopedin, u.å.a). Till skillnad från IM-tjänster så fylls sociala nätverk och nätverkstjänster med innehåll, medan IM-tjänster endast fokuserar på kommunikation mellan användarna. Inget innehåll fylls på när man kommunicerar med IM-tjänster förutom själva kommunikationen i sig. Exempelvis definierar vi *Facebook* som ett socialt nätverk, medan tjänsten *Facebook Messenger* i sig inte är det. Vi ser *Facebook Messenger* som en IM-tjänst som är en del av det sociala nätverket *Facebook*, där även annan funktionalitet finns som att gå med i grupper, dela bilder för användare att se och skapa evenemang (Wikipedia, u.å.g). Dessa funktioner är alltså inte en del av IM-tjänsten *Facebook Messenger* utan en del av det sociala nätverket *Facebook*. På samma sätt som vi skiljer på *Facebook* och *Facebook Messenger* så menar vi även att de andra IM-tjänsterna som *WhatsApp*, *Hangouts* och *Viber* inte räknas som sociala nätverk eller sociala nätverkstjänster.

3.2 IM-tjänstens historia

Instant messaging är inte någonting nytt. Innan instant messaging blev en del av smartphone-världen så användes instant messaging mellan datorer. Dessa program och tjänster brukade även kallas för chattar, där användare kunde prata med andra användare som var inloggade på chatten. Skillnaden med chatt i jämförelse med e-post var att de som kommunicerade via chatten satt samtidigt vid sina datorer och skrev med varandra i realtid. Exempel på dessa tidigare IM-tjänster är ICQ och Yahoo Messenger (Nationalencyklopedin, u.å.c). En annan föregångare till de IM-tjänsterna vi ser idag är SMS, som inte använder sig av internet för att skicka meddelanden är utan det så kallade GSM-nätet. SMS är ett kommunikationssätt som främst används för att kommunicera mellan mobiltelefoner och har en teknisk begränsning på 160 tecken. SMS sågs som ett billigare alternativ av bland annat ungdomar för kommunikation i jämförelse med att ringa (Grinter & Eldridge, 2001).

3.3 Genomgång av IM-tjänster

Utifrån att titta i både Google Play och App Store fann vi att dessa appar var populärast, *Facebook Messenger*, *WhatsApp*, *Kik*, *Skype*, *Hangouts* och *Viber*, och därav relevanta att ha med i vår forskning. I Google Play tittade vi kategorin Kommunikation (Google Play, u.å.a.). När det kom till att hitta IM-tjänster i App Store så blev det något svårare då det inte fanns någon kategori som hette Kommunikation där. Istället fick vi titta i kategorin Sociala nätverk och där fann vi IM-tjänster, men även appar för sociala nätverk som *Twitter* och *Facebook*. Sociala nätverk i sig är inte relevant för vår rapport så här fick vi sälla bort de appar som vi ansåg inte räknades som IM-tjänster. Vi valde även att ha med tjänsten *iMessage* för iOS. Den tjänsten är inget man laddar ner från App Store utan är en tjänst som finns inbyggd i den förinstallerade meddelande-appen i en iPhone. Det *iMessage* gör är att ifall både sändaren av ett SMS och den tänkta mottagaren är uppkopplade mot internet, samt har *iMessage* aktiverat, så skickas meddelandet som ett IM-meddelande istället för ett SMS (Wikipedia, u.å.h).



Google Plays topplista över IM-tjänster

En av de vanligt förekommande IM-tjänsterna vi stött på under vår litteraturstudie var *WhatsApp*. Det är en IM-tjänst där man kan skicka meddelanden, bilder, video till andra användare av *WhatsApp*. Då *WhatsApp* är en multiplattformstjänst så kan appen vara installerad på både en Android-smartphone och en iPhone som i sin tur kan skicka *WhatsApp*-meddelanden mellan varandra. I *WhatsApp* kan man även se när någon skriver, när någon sett ens meddelande samt om de är online på tjänsten (Church et al., 2013).

Facebook Messenger är en tjänst som påminner mycket om *WhatsApp*. Funktionaliteten är i princip den samma. En egenskap som *Facebook Messenger* har är att den är kopplad till Facebook. Man skickar meddelanden till Facebook-användare och dessa meddelanden blir samtidigt synkroniserade till användarens Facebook-konto. Detta möjliggör att meddelanden du fått via *Facebook Messenger* även går att se och svara på via Facebooks hemsida (Google Play, u.å.b).

Skype till smartphones är en app där användarna kan ringa varandra över nätet, med eller utan video. Man kan även skriva meddelanden till varandra, det är därför vi valt att ha med *Skype* som en IM-tjänst. Det går även att använda *Skype* till din dator, där samma funktionalitet finns representerad. (Skype, u.å).

Viber är en IM-tjänst likt *Skype*, där man kan skicka meddelanden, bilder och ringa över internet. Det finns även ett *Viber*-program för datorn som du kan installera för att kunna kommunicera med *Viber* även på datorn (Google Play, u.å.c). Till slut har vi *Kik*, som även den påminner mycket om de andra IM-tjänsterna. Funktionerna innefattar bland annat delning av bilder och annan media (Google Play, u.å.d).

3.4 Varför väljer man IM-tjänster?

3.4.1 Sociala influenser

I Church et al. (2013) kom de fram till att i vissa fall föll valet av IM-tjänst helt på sociala influenser. Flera av deras respondenter säger att det är framförallt sociala influenser som gjort att de börjat använda sig av IM-tjänster, i detta fall *WhatsApp*. De får höra om IM-tjänsten från sina vänner, vilket sedan uppmuntrar dem att skaffa den själva. I studien framkom det den största anledningen att vissa köpt en smartphone för att kunna kommunicera med vänner över *WhatsApp*. Detta tar även Zhou et al. (2011) upp där de säger att man börjar använda en IM-tjänst för att kunna kommunicera med personer i sina sociala kretsar.

I O'hara (2014) har de undersökt IM-tjänsten *WhatsApp* och jämfört den mot SMS. I deras enkätstudie kan vi se att användandet av SMS minskar om man har nära kontakt med någon som sedan en tid tillbaka

använt sig av *WhatsApp*. Användarna av *WhatsApp* får alltså sina nära och kära att börja använda sig av *WhatsApp*.

I en studie av Diring et al. (2013) har de kommit fram till att den mest populära IM-tjänsten är *Facebook Messenger* bland unga vuxna. Anledningen till att just den tjänsten är så populär menar de beror på att de flesta redan har ett konto på Facebook och därefter får *Facebook Messenger* på köpet. En till anledning som togs upp var att man har många kontakter på sitt Facebook-konto och då är det lätt att kommunicera med dem via just den tjänsten då de redan finns där.

3.4.2 Kostnad

IM-tjänsten *WhatsApp* säger i sin marknadsföring att de tillhandahåller en tjänst där man inte behöver betala för meddelanden. Detta är något som respondenterna i Church et al. (2013) ser som en styrka över traditionella SMS. Framförallt så blir det av betydelse för de som behöver betala för varje SMS och inte har någon form av abonnemang där det ingår SMS i månadskostnaden. Då IM-tjänster använder sig av internet för att skicka sina meddelanden så är det endast kostnaden för själva internet-uppkopplingen som förekommer och man behöver inte betala per meddelande man skickar (O'hara et al. 2014).

I O'hara et al. (2014) frågade de sina respondenter vad *WhatsApp* hade för styrkor över SMS och vice versa. De kom fram till att den främsta anledningen att använda *WhatsApp* över SMS var att den var billigare. Även i studien som Ahad et al. (2014) ligger bakom framgår det att kostnaden är en styrka med *WhatsApp*, där en majoritet av deras respondenter svarar att spara pengar är en anledning till varför de använder sig av *WhatsApp*.

3.4.3 Lojalitet och User satisfaction

Enligt Zhou et al. (2011) är det viktigt att en användare känner sig nöjd med en IM-tjänst för att den ska användas (user satisfaction). Annars är chansen stor att användandet av den kommer upphöra. En annan aspekt som Zhou et al. (2011) tar upp är att en användares lojalitet till att använda en specifik IM-tjänst har ett samband med hur användbar hen anser att tjänsten är och hur tillfreds hen är med den. Med lojalitet menar de användarens lojalitet till det fortsatta användandet av en viss IM-tjänst. Vid användandet av en app kan funktionalitet vara en bidragande faktor till en mer nöjd användare.

3.5 Vad används IM-tjänster till?

I O'hara et al. (2014) har de gjort en studie på IM-tjänsten *WhatsApp*. De ville ta reda på vad *WhatsApp* användes till och intervjuade därför några *WhatsApp*-användare för att ta reda på hur de använde sig utav tjänsten. Det de kom fram till var att *WhatsApp* används för att underhålla och hålla olika typer av relationer, som familjerelationer och vänskapsrelationer vid liv genom kommunikation. Dock så verkar kontakt med vänner vara något mer förekommande än kontakt med familj över IM-tjänster.

Sultan (2014) utförde en studie där han bland annat ville ta reda på vad IM-tjänsterna *WhatsApp* och *BlackBerry Messenger* används till bland unga vuxna. I hans resultat kan vi se att det vanligaste användningsområdet för tjänsterna var att hålla kontakten med vänner och familj.

O'hara et al. (2014) beskriver även vilka sociala grupper deltagarna i studien väljer att kommunicera med via *WhatsApp*. *WhatsApp* beskrivs som mer social tjänst som används olikt SMS. Det är en slags snabb pågående konversation, medan SMS kan ses som mer formell, där man kanske ställer en fråga och förväntar sig ett svar. Detta gör att några respondenter i deras studie menar att *WhatsApp* känns snabbare än SMS, vilket även är nått som påpekas i Sultan (2014). Church et al. (2013) jämför också kommunikation med *WhatsApp* kontra SMS. Enligt deras slutsatser framstår kommunikationen i *WhatsApp* som mer informell där längre samtal hålls medan SMS är en mer privat, formell och pålitligare tjänst.

Diring et al. (2013) kom fram till att unga vuxna väljer att hellre kommunicera med någon de inte känner så väl via *Facebook Messenger* istället för SMS där en kommunikation sker till personer som de har en närmare relation till. Detta kommunikationsbeteende motiverades med att deras telefonnummer kändes som något privat som man inte lämnar ut till vem som helst.

I O'Hara et al. (2014) beskrev de att deltagarna i deras studie främst använde *WhatsApp* för att kommunicera med människor som fanns i deras geografiska närhet. När de sedan bytte geografisk plats, till exempel vid ledighet åkte hem till London från sin universitetsort så började en deltagare att kommunicera med *WhatsApp* med sina Londonvänner. Diring et al. (2013) anser dock att IM-tjänster används även för att hålla kontakt med människor i andra länder. I deras intervjustudie så svarar några respondenter att de brukar använda sig av IM-tjänster som *WhatsApp*, *Skype* och *Viber* för att ha kontakt med människor i andra länder.

3.6 Funktionalitet

En typ av funktionalitet som återfinns i IM-tjänster för smartphones är Last seen-funktionalitet, där den som skickar ett meddelande kan se när mottagaren har sett meddelandet.

Last seen-funktionaliteten har en tendens att stressa på folk att svara. Dock finns det inget exakt sätt att se ifall någon läst ett meddelande, utan endast att mottagaren öppnat det (Pielot et.al., 2014). Last seen-funktionaliteten kan även ses som ett slags mått på någons relation med någon annan. Ifall man ser att mottagaren har sett ens meddelande men ändå inte svarat så kan man tolka in det som att personen väljer att ignorera en. Utöver att kunna se när någon har sett ens meddelande kan man även se om en användare är tillgänglig för chatt samt att de håller på att svara. (O'hara et al., 2014, Curch et al.,2013).

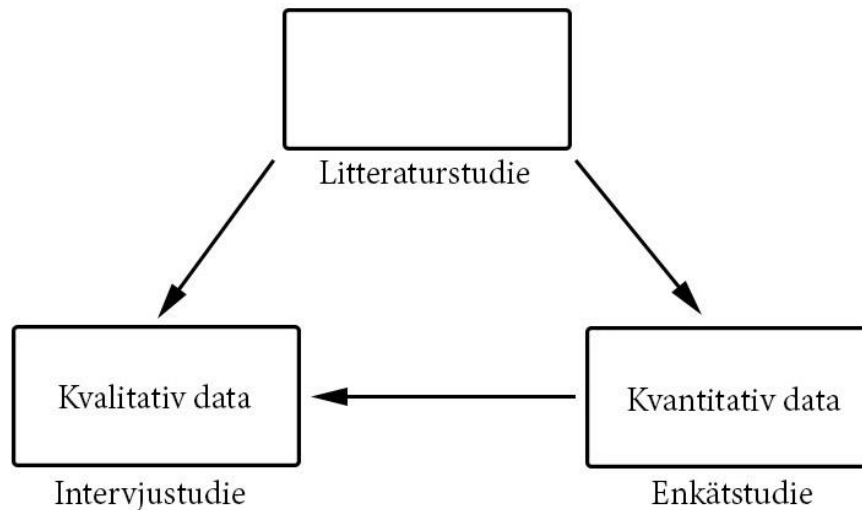
Att kunna kommunicera i grupper är något som finns implementerat i IM-tjänster och uppskattas av användarna, även fast gruppchattarna ibland blir fyllda med meningslösa och fåniga meddelanden om det är många som deltar i gruppchatten (Curch et al., 2014, Ahad et al. (2014). IM-tjänster inkluderar även funktionalitet att kunna skicka media som bilder, filmklipp och ljudklipp i dessa grupper, men även i konversationer mellan endast två personer (O'hara et al., 2014; Sultan, 2014). I *WhatsApp* finns även funktionen att kunna dela sin geografiska plats. Med denna funktion kan man skicka sin plats till en kompis och exempelvis skriva "jag är här. Möt mig om 10 minuter" (Church et al., 2013).

4 Metod

I detta kapitel kommer vi gå igenom hur vi jobbat med denna rapport. Vi kommer redogöra för hur vi samlat in pålitliga källor och litteratur till vår litteraturstudie, hur vi valt att bygga upp vår kvantitativa enkät-studie samt hur vi valt att utföra vår kvalitativa studie med intervjuer.

För att veta hur vi skulle arbeta med denna uppsats så behövde vi först och främst ta reda på vilken typ av data vi var intresserade av att ta fram. I Goldkuhl (2011) läste vi på om olika kunskapstyper och där fastslog vi först att vi måste ha med kategoriell kunskap då vi använder oss av begrepp som behöver förklaras och avskiljas från andra liknande begrepp, alltså IM-tjänsters definition mot andra kommunikationssätt. Vi vill även utveckla en karaktäriserande kunskap som förklarar unga vuxna studenters syn på IM-tjänster, vad använder de sina IM-tjänster till och vilka IM-tjänster som är populärast samt varför dessa väljs.

4.1 Flermetodsforskning



* Modell över vår flermetodsforskning

I vår rapport har vi inte enbart använt oss av en insamlingsmetod av data utan av tre olika. Detta är för att ge en mer nyanserad bild av det vi har med avsikt att studera, i vårt fall IM-tjänster för smartphones. Att använda sig av flera metoder kallas för flermetodsforskning och handlar om att kombinera kvantitativa och kvalitativa metoder inom en studie. Tanken med detta är att styrkorna hos den ena metoden ska kompensera för den andra metodens svagheter och leda till en mer fullständig undersökning av det som ska undersökas (Bryman, 2011).

I vår litteraturstudie fann vi informationen om användare och deras relation till IM-tjänster. Utifrån den informationen kunde vi se vilka frågor vi behövde ha med i vår kvantitativa enkät- samt kvalitativa intervjustudie. Enligt Oates (2006) är det viktigt att söka upp information om sitt ämne innan man gör själva undersökningen. För att kunna bygga vidare på befintligt kunskap så behövde vi ha kunskap om det som redan tagits fram.

Valet att använda sig av både kvantitativ- och kvalitativ metod i en flermetodsforskning kommer utifrån att vi ville samla in olika typer av data, för att kunna skaffa oss en så tydlig bild av vårt ämne som möjligt. Vi ville först samla in beskrivande data, för att ta reda på hur uppdelning av IM-tjänster ser ut bland unga vuxna studenter, vilka aspekter av sina IM-tjänster de uppskattar och bakomliggande faktorer till valet av IM-tjänst. För detta ansåg vi att enkät passade bäst därför att den avser att täcka en större skala av unga vuxna studenter än vad som är möjligt med kvalitativ metod. Utifrån resultatet kunde vi skapa en generalisering. Enkäten kunde även fylla ut eventuella kunskapshål som vår intervjustudie inte kunde täcka, och vice versa (Bryman, 1997; 2011).

Intervjuerna kunde sedan baseras på enkätundersökningen som i mer breda drag beskrev den population vi var intresserad av. Att få en generell bild av populationen underlättade utformandet av intervjun och dess frågor. När vi väl samlat in och analyserat enkätdata och intervjudata så kunde vi fastställa dem till vår empiri, för att sedan jämförda mot teorin.

4.2 Litteraturstudie

För att hitta möjlig litteratur till vår rapport så har vi haft en strukturerad infallsvinkel enligt Webster och Watson (2002). Vi har letat efter vetenskapliga rapporter på Scopus, Summon och Google Scholar som rör vid vårt ämne, användning av IM-tjänster. Med tanke på att IM-tjänster för smartphones är en ganska ny företeelse så har vi även letat upp vetenskapliga texter som behandlar IM-tjänster ur andra perspektiv och frågeställningar. Detta har gett oss en större förståelse om hur människor med smartphones använder sig av olika sätt att kommunicera och vad den kommunikationen är avsedd för. Denna kunskap har kommit till användning när vi utformat vår enkät samt våra intervjuer.

För att finna vetenskapliga artiklar som behandlar vårt intresseområde så testade vi flertal olika nyckelord (keywords): *instant messaging, facebook messenger, smartphone, messaging, mobile instant messaging* och *whatsapp*. Vi använde oss först och främst av *instant messaging AND smartphone*. Här hittade vi en del artiklar som behandlade vårt ämne. För att hitta mer specifika artiklar som rör vid kända IM-tjänster

så använde vi oss av nyckelord som *facebook messenger* och *whatsapp*. För att verkligen se till att vi hitta instant messaging för mobiler så sökte vi även på *mobile instant messaging*. Eftersom ämnet IM-tjänster för smartphones är relativt nytt så sorterade vi på artiklar inom tidsspannet 2010-2014 då vi ville ha tag i så aktuell forskning som möjligt.

För att ta reda på om artiklarna vi funnit var relevanta för oss och vår rapport så började vi alltid med att läsa artikelns sammanfattning. Om artikeln behandlade ämnet IM-tjänster eller andra angränsande ämnen som på något sätt skulle kunna ge oss information om användningen av IM-tjänster så läste vi igenom artikeln. Vi tittade även på om artiklarna hade blivit publicerade och vart de blivit det för att bilda oss en uppfattning om de var tillförlitliga. Om vi utifrån detta ansåg att artikeln i fråga var tillförlitlig så kunde vi referera till den och använda den som källa i vår uppsats.

För att hitta mer material har vi även tittat på källor som författarna av de texter vi funnit använt sig av och om de utifrån hur de använts i artikeln verkat relevanta för oss. Vi har även tittat framåt genom att se om de artiklar vi valt blivit refererade i någon annan artikel. Detta för att hitta fler möjliga källor som kunde vara intressanta för oss i vårt arbete med denna rapport (Watson et al., 2002).

4.3 Enkät som datainsamling

För att samla in kvantitativ data så använde vi oss av en enkät. Den kvantitativa data vi samlade in var främst avsedd för att besvara den första underfrågan i vår frågeställning, nämligen *Vilka IM-tjänster använder unga vuxna studenter?* Men även för att få en generell bild av varför vissa IM-tjänster väljs, vad de används till och vad som uppskattas med dem.

Att vi använde oss utav en enkät för att samla in kvantitativ data var för att de är snabba att administrera och få in data på. Vi skapade vår enkät i Google Forms för att sedan dela med oss av den via internet på det sociala nätverket Facebook. Användandet av just dessa två plattformar möjliggjorde att vi snabbt kunde få in de svar vi behövde, analysera dessa för att sedan med det underlaget i ryggen bygga upp vår intervjustudie. En fördel med att samla in sin data genom enkäter är att den passar respondenterna bra, då de kan svara på den när de har tid och möjlighet. Då vi ville ha en bred bild av vilka IM-tjänster som användes av vårt urval så värdesatte vi högt att snabbt få in så många svar som möjligt (Bryman, 2011). Vi fick in 166 stycken svar på vår enkät, varav 162 stycken av dessa gick att använda i vår studie. Mer om detta i kapitel 4.6.2.

Vi testade två stycken verktyg för att skapa och publicera enkäter online. Först så testade vi oss utav SurveyMonkey som är ett webb-baserat verktyg där man kan bygga enkäter med olika typer av frågor, sköta administrationen av och dela enkäten på nätet. Dock så behövde man betala för tjänsten för att kunna få in mer än 100 svar på enkäten. Då valde vi istället att använda oss utav Google Forms. I Google Forms fanns liknande funktionalitet som i SurveyMonkey med skillnaden att den var gratis och hade ingen begränsning på hur många svar man kunde få in. Svaren sparades ner i ett kalkylblad som man i sin tur kunde spara ner till sin dator.

Som nämnts ovan så valdes det sociala nätverket Facebook som plattform för att publicera vår enkät. Vi ansåg att Facebook var vettig plattform för detta då det är det populäraste sociala mediet i Sverige och att människor i åldrarna 16-25 använder det flitigast, men även personer i åldrarna 12-15 och 26-35 använder det i stor utsträckning (Findahl, 2013). Då vi vill undersöka unga vuxna studenter i denna rapport så föll det sig naturligt att använda oss av utav denna plattform. På Facebook valde vi att dela enkäten i gruppen Dom kallar oss studenter, en grupp för studenter vid Örebro universitet. Vi ville att de som kunde ta del av enkäten även representerade de som skulle bli intervjuade, det vill säga studenter.

4.3.1 Enkätens utformning

Vi valde att endast ha stängda frågor i vår enkät då det går fortare att svara på stängda frågor jämfört med öppna frågor. Dessutom passar de mer öppna frågorna våra semi-strukturerade intervjuer bättre, därför kunde vi begränsa vår enkät till endast stänga frågor (Bryman, 2011). Enkätens frågor utgick ifrån vår frågeställnings underfrågor, nämligen: Vilka IM-tjänster använder unga vuxna studenter? varför väljer de just de tjänsterna? och vad används IM-tjänster till? Frågorna har utformats utifrån den litteraturstudie vi gjort, där vi fastslagit flera teman som vi ansåg intressanta att ta upp i enkäten. För att se till att vår enkät hade validitet så kontrollerade vi att frågorna verkligen var relevanta för oss innan vi färdigställde enkäten (Oates, 2006).

Då vår studie gick ut på att undersöka unga vuxna studenter mellan åldrarna 18-29 år så valde vi att ha två stycken inledande kontrollfrågor på vår enkät. Först frågade vi om hur gammal respondenten var. För att göra det enkelt att analysera så använde vi oss av olika åldersspann där respondenten kunde välja vilket åldersspann hans ålder fanns inom. Sedan frågade vi om respondenten var en student vid ett universitet eller högskola. Vi ställde även en fråga om vilket kön respondenten har samt vilket operativsystem de har på sin smartphone.

För att vi skulle få reda på vilka IM-tjänster som var populärast hos unga vuxna studenter så använde vi oss av en flervalfråga, där de mest förekommande IM-tjänsterna vi funnit i vår litteraturstudie samt de populäraste vi funnit i app-butikerna Google Play och App Store fanns att välja mellan. De kunde också i fritext skriva in övriga IM-tjänster som inte fanns i alternativen.

Vi frågade varför respondenterna väljer att använda sig av just de IM-tjänster de valt. För att ta reda på varför vissa IM-tjänster används har vi utgått från några teman vi funnit under vår litteraturstudie. Ett återkommande tema är kostnad, att IM-tjänster är kostnadseffektiva och därför väljer människor att använda sig av dem (Ahad et al., 2014; Church et al., 2014; Diring et al., 2013). Sociala influenser är något annat som kan få personer att börja använda sig av IM-tjänster. Man vill ha ett smidigt sätt att kunna ha kontakt med sina sociala kretsar (Church et al., 2014; Sultan, 2014; O'hara et al., 2014; Diring et al., 2013). Detta tema vidrör ett annat återkommande tema, nämligen vad IM-tjänster används till, vilka man har kontakt med och vilken typ av kommunikation som förs över IM-tjänster. När vi tittade på hur respondenter från tidigare studier använde sig av IM-tjänster så såg vi även vilka funktioner de använde när de kommunicerar med varandra (Ahad et al., 2014, Sultan, 2014; Pielot et al., 2014, Church et al., 2014). Utifrån dessa teman kunde vi hitta informationen som vi behövde för att kunna utforma frågor till vår enkät.

Samtliga frågor behövde respondenten svara på. Inga frågor var alltså valfria att svara på. Detta för att vi ville ha svar på samtliga frågor av samtliga respondenter, för att få in så mycket data som möjligt. Alltså har samtliga frågor fått in 162 användbara svar.

Dessa frågor utgjorde enkäten:

Vad är din ålder? Vilket kön har du? Är du student? Vilket operativsystem har du på din/dina smartphones?

Inledande frågor för att vi ska veta mer om själva respondenten, så att vi vet att hen passar in i vårt åldersspann och om hen är student, samt vilket kön respondenten har. Vi passar även på att fråga vilket operativsystem respondenten har. Denna fråga ställdes ur ren nyfikenhet och har i sig inte något med vår studie att göra. Den användes endast för att kunna påvisa hur användandet av den iOS beroende IM-tjänsten iMessage ser ut bland de som har tillgång till tjänsten.

Vilka IM-tjänster/appar använder du på din smartphone?

Denna fråga ställdes för att ge oss statistik på vilka IM-tjänster som används bland unga vuxna studenter. Detta för att kunna ge oss en bild om vilka IM-tjänster som är populärast bland vårt urval. Anledningen

till varför vi skrev "IM-tjänster/appar" på frågorna var för att förtydliga för respondenten vad vi frågade efter.

Varför väljer du just dessa IM-tjänster/appar?

Vi vill se vad det är som har fått våra respondenter att välja de IM-tjänsterna de använder. Detta för att synliggöra bakomliggande faktorer vid val av IM-tjänst. Svartalternativen på denna fråga utgår från de teman vi funnit under vår litteraturstudie, nämligen kostnad, socialt inflytande, snabb kommunikationssätt och ingen maxgräns för meddelande jämfört med SMS.

Vad använder du IM-tjänster/appar till?

Vi ville även se vad unga vuxna studenter använder sina IM-tjänster till. Detta för att kunna jämföra mot den teorin vi fastslagit under vår litteraturstudie där vi tittat på vad IM-tjänster används till. När vi gjort detta kunde vi se om det fanns likheter och skillnader mellan resultat i tidigare forskning och vårt resultat.

Har du några tekniska krav när du väljer IM-tjänster/appar?

Här ville vi undersöka om det fanns några tekniska aspekter och funktioner som ansågs viktigare än bland våra respondenter. Detta för att se om valet av IM-tjänst låg hos någon specifik funktion de uppskattade hos de IM-tjänster de använde.

Skulle du fortsätta använda dig av IM-tjänster om de började kosta pengar?

En fråga vi ställde för att kunna jämföra våra respondenters syn på eventuella kostnader hos IM-tjänster mot tidigare forskning. Vi ville se om även våra respondenter skulle kunna tänka sig att fortsätta använda sig av sina IM-tjänster om de kostade pengar, trots att tidigare forskning indikerat på att anledningen till varför man väljer IM-tjänster är på grund av den låga kostnaden jämfört med exempelvis SMS.

4.4 Intervju som datainsamling

Vår intervjustudie tog inspiration och är baserad på datan från vår litteraturstudie och den tidigare genomförda enkäten. Detta är utifrån arbetssättet där vi kombinerar de tre olika metoderna i en flermetodsforskning (Bryman, 2011).

Enkäten publicerades i Örebro universitets studentgrupp på Facebook, Dom kallar oss studenter. För att sedan få tag i liknande respondenter till intervjun, unga vuxna studenter som använder IM-tjänster, gick vi runt på campus och slumpmässigt frågade olika studenter om de ville bli intervjuade (Bryman, 2011). Eftersom vi hade riktat in oss på ett specifikt åldersspann (18-29 år) frågade vi även om deras ålder, en

fråga som sedan återkom i intervjun för att säkerställa att respondenten låg inom vårt önskade åldersspann. Vi utförde totalt sex intervjuer.

Intervjuerna genomfördes på ett semistrukturerat sätt där en samling bestämda frågor fanns att tillgå samtidigt som utsvävningar och följdfrågor tilläts. Denna typ av intervjuer är ett vedertaget sätt att få fram kvalitativ data på. Dock finns det både fördelar och nackdelar med att välja just denna typ av intervjumetod. En nackdel kan vara att det inte går att styra intervjun dit man vill på samma sätt som man hade kunnat göra med en strukturerad intervju. En fördel är att tankar och synpunkter kan föras upp till ytan som man kanske inte hade fått reda på med en strukturerad intervju. Det skulle gå att se det som att vi har det strukturella och strikta i vår enkät medan våra intervjuer använder denna data för att på ett mer ingående sätt diskutera detsamma. I det semistrukturerade tillvägagångssättet hittade vi en jämnvikt mellan att göra nya upptäckter kombinerat med att på ett passande sätt kunna verifiera eller motsäga tidigare resultat i vår enkätundersökning och tidigare forskning. Ett semistrukturerat tillvägagångssätt uppmanade även respondenten att komma med egna synpunkter och tankegångar inom ämnet och frågorna (Bryman, 2011). Dessutom är intervjuer flexibla, då de inte kräver speciellt mycket teknisk utrustning och man kan förklara frågor och formuleringar under själva intervjutillfället (Oates, 2006).

Intervjuerna genomfördes i en tom lärosal på Örebro universitet för att i lugn och ro kunna intervjua respondenterna utan störande kringmoment vilket kan uppkomma om man sitter i till exempel en cafeteria eller miljö där mycket folk är i rörelse. Detta gjorde att våra ljudinspelningar var fria från bakgrundsljud och respondenten fritt kunde svara på frågor i en lugn miljö.

Innan själva intervjun började så var vi noga med att informera respondenten om vilka vi är, vad vi gör och vad hans bidrag skulle användas till. Vi försäkrade även respondenten om att hen kommer vara helt anonym i vår rapport och att endast vi kommer ha tillgång till ljudinspelningen av intervjun.

Respondenterna informerades också om hur lång tid intervjun beräknades att ta, vilket var ungefär 10 minuter. Exakt tid för varje intervju var intervju 1 09:57 minuter, intervju 2 08:56 minuter, intervju 3 09:47 minuter, intervju 4 16:13 minuter, intervju 5 06:26 minuter och intervju 6 19:25 minuter. Vi var båda aktiva i intervjuerna och på intervju 1, 2, 3 och 5 var vi båda närvarande medan intervju 4 och 6 utfördes enskilt av en gruppmedlem.

I vårt tillvägagångssätt strävade vi efter att göra respondenten så bekväm som möjligt i vad vi antog var en relativt ovanlig situation med till exempel lite småprat innan intervjun. Vi var även tydliga med att vi hade för avsikt att spela in hela intervjun i ljudform så att det inte kom som en (obehaglig) överraskning

för respondenten. Efter intervjun var det ganska vanligt förekommande med småprat vilket avdramatiserade situationen ännu mer och förhoppningsvis fick respondenten att lämna den med en bra känsla. Eftersom alla våra respondenter hade en koppling till Örebro universitet så utförde vi intervjuerna på dess campus (Oates, 2006).

För att spela in våra intervjuer använde vi oss av en inspelningsenhet av märket Sony Walkman som lånades vid Örebro universitets tekniska service-avdelning. Innan vi utförde själva intervjuerna så testade vi utrustningen noga så att det inte skulle bli något teknisk strul vid inspelningstillfället.

För att på ett smidigt sätt kunna följa upp data i intervjun som framstod som oklar eller kunde råka feltolkas hade vi en fråga efter intervjun om de ville ha vår email-adress eller om vi kunde få deras för att kunna återkomma med frågor. Vi var samtidigt tydliga med att de verkligen inte var tvungna att ge oss sin e-mailadress utan att det var helt valfritt. (Oates, 2006).

4.4.1 Konstruktion av intervjufrågor

När vi skulle utforma våra intervjufrågor så utgick vi både från vår litteraturstudie och resultatet vi fått in från vår enkät. Mer ingående och öppna frågor passar formatet intervjuer, så det var främst frågor där respondenten kunde svara relativt fritt som kom med i intervjun. Innan vi kunde gå in på de frågorna så började vi intervjuerna med enkla uppvärmningsfrågor. Detta är för att respondenten skulle bli bekväm och varm i kläderna för de mer ingående frågor som kom senare (Oates, 2006).

Frågorna vi utgick från i intervjuerna var följande:

Inledande frågor: Ålder? Kurs/program?

Intervjuerna inledde vi med lätta frågor som ålder och vad de läste på universitetet. Samtidigt ville vi säkerställa att de var inom den åldersgrupp och studenter vilket dessa två frågor gjorde.

Operativsystem på din smartphone?

För att få en bild av olika operativ-användares syn på IM-tjänster ställde vi den här frågan. Går det att se någon skillnad i tankegångarna som är knutet till operativsystem och se vilka IM-tjänster som används på olika operativsystem.

Vilka appar för direktmeddelanden och direktkommunikation använder du/har använt?

Här ville vi ta reda på vilka IM-tjänster respondenterna använde.

Vad använder du dem till?

Detta blev en följdfråga på ovanstående för att ta reda på vad de använde sina IM-tjänster till som att kommunicera med vänner, familj eller planera skolarbeten. Den här frågan kunde även börja skrapa på ytan till vårt tema sociala aspekter samtidigt som den knöt an till enkätfrågan “Vad använder du IM-tjänster till?”

Varför använder du flera olika? (situationsberoende)

Om nu respondenten använde flera olika IM-tjänster så ville vi ta reda på varför det var så. Fanns det specifika anledningar till att använda en viss IM-tjänst framför än annan även. Med denna fråga hoppades vi att ytterligare teman utöver sociala aspekter kunde belysas till exempel specifik funktionalitet. En liknande fråga “Varför använder du dessa IM-tjänster” förekom i enkäten men där kunde vi inte gå in på djupet lika mycket per specifik IM-tjänst vilket vi kunde göra i intervjun.

Finns det någon anledning till varför du valt just de apparna?

För att gardera oss mot om vi fick ett bristfälligt svar på föregående frågan så hade vi denna följa upp med om det behövde för att få respondenten att tänka lite extra på det.

Finns det några funktioner du gillar/ogillar i apparna? (Gruppchatt? Ringa i appen? SMS i samma app? Last seen-funktion? Se vem som är online? Bifoga filer?)

Här knöt vi an till enkätfrågan om “Tekniska krav och funktionalitet” och vårt tema funktionalitet för att ta reda på respondenternas syn på dessa. Finns det specifika funktioner uppskattas eller funktioner som inte uppskattas?

Fördelar/Nackdelar mot SMS?

Med den här frågan ville vidare undersöka alla våra teman för att få en klarare bild av varför IM-tjänster används i så stor utsträckning och se om de hade något som smartphonernas SMS-tjänst inte har eller vice versa.

Drömfunktioner i appar? Finns det någon funktion du känner fattas i IM-tjänster du använder?

Här återvände vi till temat om funktionalitet för att ta reda på om användarna av IM-tjänster har tankar kring dem och om de anser att det finns någon funktionalitet som fattas i IM-tjänsterna de använder. Denna fråga skulle sedan i sin tur kunna väva in i våra andra teman om den önskade funktionaliteten berörde dem.

Skulle du fortsätta använda apparna om det kostade?

Denna fråga ställdes för att följa upp det resultat vi fått ut från litteratur- och enkätstudien där resultatet visade att det var väldigt få som var villiga att betala för sina IM-tjänster. Denna fråga ingick även i vårt tema kring kostnad.

Intervjuernas frågor utgick utifrån de teman vi fastslagit under framtagningen av enkäten, varför IM-tjänster, sociala aspekter, kostnad och funktionalitet (O'hara et al., 2013; Church et al., 2013; Diring et al., 2013; Sultan, 2014; Ahad et al., 2014, Pielot et al., 2014) och enkätens resultat. Vi återkom till frågor som tagits upp i enkäten för att se om vi skulle få liknande svar under våra intervjuer. *Vad använder du dina IM-tjänster till? Hur använder du dem?* Om respondenten svarat att hen använder sig av flera olika IM-tjänster så frågade vi även om de olika tjänsterna används för olika syften och situationer? Intervjuernas frågor blev som mer fördjupande varianter av de som var med i enkäten, då det kunde komma upp följdfrågor och diskussioner. Vi var intresserade av den underliggande tanken bakom respondenternas svar på frågorna. I frågorna valde vi ordet *appar* istället för IM-tjänster för att vara extra tydliga och inte förvirra respondenten.

Svaren från enkäten blev relevanta i intervjuerna då vi kunde se om liknande svar skulle uppkomma även här. I enkäten kunde vi exempelvis se att kostnad och sociala aspekter till stor del låg till grund i valet av IM-tjänst. I intervjuerna fick vi då tillfälle att fråga respondenterna om deras syn på dessa två aspekter, och fick på så vis en slags uppföljning på frågan "Varför använder du just dessa IM-tjänster?" från enkäten.

4.5 Analyismetod

4.5.1 Enkätens dataanalys

Den typen av data vi ville få ut ur vår enkät var nominal data, vilket innebär att vi var intresserade av att se hur många som valde de olika alternativen vi valt att ha med i enkäten. Detta var för att få en generell bild av vilka IM-tjänster som användes av unga vuxna studenter, vad de används till samt bakomliggande faktorer till varför de valts (Oates, 2006). Då vi är intresserade av nominal data så valde vi att presentera vårt resultat i olika stapeldiagram. Fördelen med stapeldiagram är att man på ett överskådligt sätt kan se hur många röster varje alternativ på frågorna fått. Detta presenteras sedan under resultatet (Bryman, 2011).

Vi använde oss av programmet Microsoft Excel för att bearbeta vår data. Där tog vi ur datan som var intressant för oss, det vill säga de svar som vi fått in från studenter i åldrarna 18-29.

För respektive fråga gjorde vi ett diagram för så att vi enkelt kunde se hur respondenterna svarat på frågorna och vilka alternativ som var vanligast respektive ovanligast. Ett av målen med analysen av vår kvantitativa data var att få fram ett underlag för våra intervjuer. Datan från enkäten gav oss frågor och funderingar som sedan följdes upp i intervjuerna.

4.5.2 Bortfall i enkätstudien

Vi fick in 166 svar på vår enkät. Av dessa svar så var endast två av respondenterna inte studenter. Då vårt urval var unga vuxna studenter mellan åldrarna 18-29 år så fick vi gå vidare i analysen med de studenter som låg inom det åldersspannet. Utifrån dessa kriterier hade vi kvar 162 respondenter. Det var här vi upptäckte att av de 162 respondenterna hade en av dem svarat motsägelsefullt på en fråga. Respondenten hade först svarat att hen använde sig av IM-tjänster, för att på en senare fråga svara att hen inte gjorde detta. Vi valde att plocka bort den respondenten ur vår studie, då det utifrån hens svar inte gick att avgöra om hen använde IM-tjänster.

Då enkäten delades i gruppen Dom kallar oss studenter på Facebook så är det svårt att räkna ut något exakt externt bortfall. Facebook-gruppen hade vid enkät-tillfället 6465 medlemmar. Om vi skulle anta att alla i gruppen såg enkäten så skulle endast ungefär 2,6 % svarat på enkäten. Eftersom vi inte hade några verktyg eller andra medel för att se hur många som sett enkäten så kunde vi inte räkna ut något exakt externt bortfall.

4.5.3 Analys av intervjuer

För att kunna analysera data vi fått in genom vår enkät så behövde vi transkribera våra intervjuer. Vi har transkriberat våra respondenter bokstavligen, förutom att vi tagit bort några onödiga ljud som "öhh" och stamningar.

Efter att vi transkriberat intervjuerna så klistrade vi ihop våra 6 intervjuer i ett gemensamt dokument. För att analysera intervjuernas innehåll så utgick vi från de teman vi använt oss av vid struktureringen av enkät och intervju-frågor. Dessa teman blev representerade med varsin färg i dokumentet. När temat kom på tal i intervjuerna så färglade vi den meningen med det temats färg för att enklare se när ett specifikt tema kom på tal. På så sätt kunde vi tydligt kartlägga intervjuernas innehåll och samtidigt få en överskådlig bild av våra respondenters åsikter (Bryman, 2011).

4.5.4 Slutgiltig analys

Efter att vi analyserat våra intervjuer och svaren på enkäten så hade vi sammanställt vår empiri. I den slutgiltiga analysen jämför vi vår empiri mot den teori vi funnit i tidigare forskning. Här utgick vi från de teman vi funnit under framtagningen av enkäten och intervjuerna och jämförde vad teorin sa om dessa mot vår empiri, så att vi kunde se likheter respektive olikheter mellan vår studie och tidigare studier. Exempelvis, vad säger vår studie om socialt inflytande när det kommer till valet av IM-tjänster jämfört med tidigare forskning?

4.6 Etik

Enligt Bryman (2011) så finns det viktiga etiska principer som man bör ta hänsyn till när man genomför samhällsvetenskaplig forskning. Informationskravet handlar om att de personer som deltar i studien ska vara informerade om undersökningens syfte. Det ska även framgå vilka steg som inkluderas i studien.

- Samtyckeskravet är den principen som talar om för deltagarna att de själva ska få bestämma över sin medverkan i studien.
- Konfidentialitetskravet säger att de personer som medverkar i studien ska behandlas med största möjliga konfidentialitet. Personuppgifter får inte hamna i obehörigas händer och förvaras väl och säkert.
- Nyttjandekravet handlar om att man endast får använda uppgifter om enskilda personer i ändamål för forskningen.

Dessa etiska principer tog vi hänsyn till i både vår enkät samt våra intervjuer. Deltagarna blev informerade om vad vår forskning har för ändamål och de har blivit informerade om att deras svar i enkäten och intervjun behandlas anonymt i vår uppsats.

4.7 Alternativ datainsamling

Istället för att använda sig av en flermetodsforskning med kvantitativ och kvalitativ metod så hade vi kunnat använda oss av någon annan metod för datainsamling. Exempelvis skulle vi kunna använt oss av en fallstudie. I en fallstudie studerar man en instans av något för att få en detaljerad insyn. Dock så skulle en sådan datainsamlingsmetod inte passat vår studie speciellt bra då vi först och främst behövde få en bred bild på hur unga vuxna studenter använder sig av IM-tjänster och vilka IM-tjänster de använder. Dessutom är fallstudier tidskrävande och saknar tydliga regler att följa för hur man ska genomföra dem

(Oates, 2006). En annan metod vi kunnat använda är observationer. I Pielot et.al (2014) så använder de sig av en speciell mjukvara för att kunna observera hur lång tid det tar för användare från att de fått en notifikation om ett meddelande till att de svarar på meddelandet. Denna mjukvara hade de utvecklat själva, och då våra kunskaper inom programmering av mjukvara till smartphones är begränsad så skulle det inte fungera för oss. Att observera hur unga vuxna studenter använder sig utav IM-tjänster genom att titta på deras telefoner och hur de använder sig av IM-tjänsterna skulle kännas konstigt och påträngande. Dessutom skulle vi inte kunna veta ifall vår observation är representativt för hur användaren brukar använda sig av IM-tjänster (Oates, 2006).

4.8 Källkritik

I vårt urval av källor har vi tagit hänsyn till ett antal olika kriterier för att verifiera att de är pålitliga. Från våra sökningar i databaser, som samlar vetenskapliga artiklar från tidskrifter och konferenser, har vi gått vidare och tittat var de är publicerade. Är källornas publikationsvägar seriösa och vedertagna är frågor vi har ställt oss. Källornas innehåll har granskats och lästs med ett kritiskt öga (Oates, 2006).

För att förklara IM-tjänster har vi bland annat använt oss av Google Play och Wikipedia. Viktigt att notera är att Wikipedia är allmänhetens syn på någonting, då vem som helst kan skriva in information på artiklarna som finns där. Man skulle kunna se Wikipedia som en tvivelaktig källa och vi har därför endast använt den vid enkla förklaringar av kända begrepp och appar. Vi har även använt oss av Google Play som källa när vi beskrivit vissa appar. Att använda sig av Google Plays förklaringar för appar skulle kunna ses som något partiskt. Apparnas sidor på Google Play kan överdriva appens kvalité, därför testade vi IM-tjänsterna i fråga och tog reda på om funktionaliteten som beskrivs på Google Play-sidan fanns representerad i appen.

4.9 Metodkritik

Vi har under arbetets gång försökt vara medvetna om de fallgropar som finns inom enkät- och intervjustudier men även de fördelar som finns med att använda sig av dessa. I bland annat enkätundersökningar kan det bli problematiskt att få fram det personliga djupet som en intervju ger. Det blir även svårt att veta hur ärligt respondenten har svarat på enkäten vilket är något vi tagit i antagande. Ärlighetsnivån kan i sin tur minskas av att få in fler svar då sannolikheten att alla ljuger på en enkätundersökning minskar. Hade vi istället fått in 2 svar och den ena svarade öarligt på alla frågor hade det blivit problematiskt då 50 % av datan hade blivit missvisande. Ärlighet hos en respondent i en intervju

är inte heller garanterad men om ett svar är otydligt eller verkar felaktigt går det att upprepa frågan (Bryman, 2011).

Under intervju-delen av forskningen har flera andra faktorer tagits i åtanke som hur en intervju kan påverka respondenten på olika sätt. Inspelningsutrustning, den ovanliga situationen av att bli intervjuad och inspelad eller vår förmåga att utföra intervjun på ett professionellt sätt kan ha stor inverkan på slutdatan. Att som forskare kunna granska datan som intervjun resulterat i är även en utmaning i sig självt (Oates, 2006). En aspekt med just semi-strukturerade intervjuer är att frågorna och svaren i intervjuerna kan variera från tillfälle till tillfälle då intervjuerna inte är som namnet säger inte helt strukturerade. Olika ämnen tas upp och vissa frågor kan få mindre utrymme än andra beroende på i vilken riktning respondenten rör sig i sina svar och i vilken riktning intervjuaren vill styra intervjun (Bryman, 2011).

För att undgå dessa fallgropar har vi därför använt trianguleringen av kvantitativ, kvalitativ och litterär forskning. Det är meningen att nackdelarna hos de olika forskningsmetoderna ska vägas upp av dess fördelar och på så sätt kompletterar varandra.

Det finns även en del kritik mot så kallad flermetodsforskning. Kritikerna menar att kvalitativ och kvantitativa metoder skiljer sig åt på kunskapsteoretiska teser och att de två metodtyperna står för två olika paradig. Vissa inom forskarvärlden menar att en kombination av dessa två paradig inte är möjlig eller önskvärd. Dock så det finnas skilda åsikter kring detta i forskarvärlden (Bryman, 2011). Andra praktiska nackdelar som Bryman (2011) tar upp är att en flermetodsforskning kan bli ofokuserad på ett sådant sätt att de begränsade resurser en forskare har att tillgå blir utspridda i de olika metoderna vilket kan leda till att ingen av dem blir särskilt väl genomförd. Utifrån vår egen informationssökning syns det tydligt att många forskare använder en flermetodsforskning där de kombinerar litteratur-, enkät- och intervjustudier. Att det är vanligt med flermetodsforskning idag är även något som Bryman (2011) påvisar.

En del i vårt resultat från enkäten kan verka missvisande då den publicerades på Facebook och samtidigt blev *Facebook Messenger* den mest populära IM-tjänsten i undersökningen. En risk med detta kan vara att Facebook Messenger blev överrepresenterat bland respondenterna. Facebook är dock väldigt utbredd på universitetet, man uppmanas att gå med i introduktionsgrupper när man börjar studera här och studiegrupper är även det vanligt förekommande. Utifrån vetskapen om detta så blir då Facebook en delvis lämplig plats att publicera en enkät på för att få in svar från vårt urval. Ett sätt att kontrollera om populariteten av *Facebook Messenger* bland unga vuxna studenter verkligen är så här utbredd skulle

kunna vara att i framtida forskning publicera enkäten på en annan onlineplattform eller på något annat sätt, till exempel via e-mail eller i pappersform.

4.9.1 Enkätutformning

Vid släppet av vår enkät var tanken att publicera den på en sida som var så optimalt lämpad som det gick för det urval vi var ute efter, d.v.s. unga vuxna studenter i åldersspannet 18-29 år. Eftersom Facebook-gruppen vi publicerade enkäten i är en grupp för studenter och blivande studenter vid Örebro universitet så kunde vi utifrån det ha en större förhoppning att många av de som svarade var studenter. För att ytterligare minimera risken för att ett samplings-fel hade enkäten ett antal kontrollfrågor som inom vilket åldersspann respondenten befann sig, om de var studerande vid en högskola eller ett universitet. Efter vi stängt enkäten uppkom det tankar kring förbättringar som hade kunnat göras, då särskilt med kontrollfrågor, där vi upptäckte att Google Forms innehöll en optimal funktion för det. Vi hade med den funktionen kunnat ha kvar samma typer av frågor och om respondenten till exempel hade svarat nej på om hen var student så hade enkäten blivit slutförd redan där för den personen. En till uppföljande kontrollfråga utöver student och ålder hade kunnat vara "Har du en smartphone? Ja/Nej". En fråga om ägandet av en smartphone exkluderades dock då vi istället strävade efter att vara så tydliga som möjligt i både facebookinlägget och i introduktionstexten till enkäten att den handlade om IM-tjänster till smartphones (Bryman, 2011).

Eftersom vi inte hade kontrollfrågor i början som var kombinerade med Google Forms funktion för detta gjordes en kompromiss där vi hade svaret "Använder inte IM-tjänster" på en majoritet av frågorna. Detta kändes inte optimalt när vi utformade enkäten men på grund av bristande kunskaper om alla alternativ Google Forms innehåller använde vi den utformningen ändå.

På frågan "Har du några tekniska krav när ni väljer IM-tjänster/appar?" hade alternativet "Jag har inga krav" varit lämpligt. Respondenten fick ett alternativ att i fritext skriva i det men denna utformning kan ha fått hen att känna sig manad att välja ett alternativ eller skriva i ett eget krav istället för att i fritext skriva "Jag har inga krav". 4 respondenter nyttjade fritextrutan och skrev att de inte hade några krav (Bryman, 2011). Enligt Converse och Presser (1986) är en adekvat lösning att innan sådana frågor där det är lämpligt med ett "Vet inte-svar" ha en separat sida med en kontrollfråga. Där hade vi i det här exemplet kunnat fråga "Har du krav på IM-tjänster". Svarar respondenten "Ja" skickas hen vidare till sidan där det finns ett antal krav att välja mellan medan respondenten som svarar "Nej" hade skickats vidare till nästa fråga. Enkätens längd hade ökat avsevärt men det hade helt klart varit ett mer korrekt sätt att utforma den så (Converse & Presser 1986).

5 Resultat

Här presenterar vi resultatet vi fått in från vår enkät samt våra intervjuer.

5.1 Resultat av enkätstudie

Vi undrar vilka IM-tjänster som används av unga vuxna studenter och varför. För att ta reda på detta gjorde vi en kvantitativ enkät undersökning som vi sedan utförde en univariat analys på.

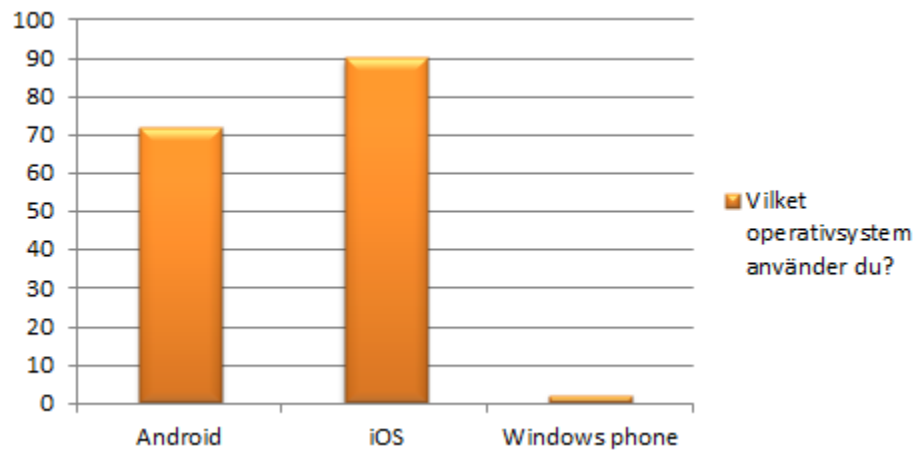


Diagram 1

Här tog vi reda på vilket operativsystem respondenterna hade på sina smartphones. Vi ser att iOS är det mest populära, vilket även kan förklara det stora användandet av iMessage, som är en IM-tjänst endast för iOS (Wikipedia, u.å.h). Vi ser även att Android har en stor användarbas.

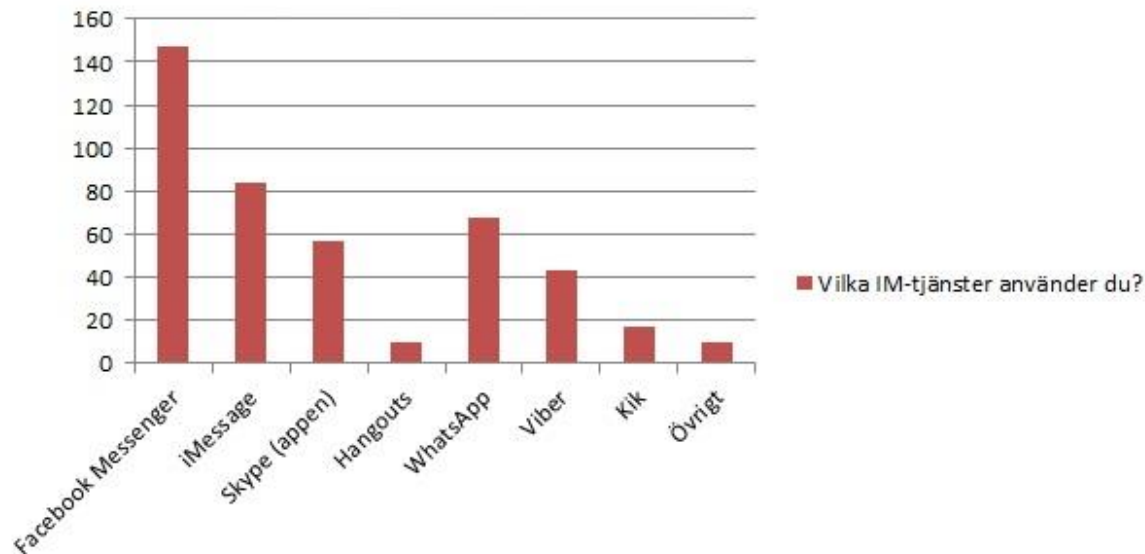


Diagram 2

Detta stapeldiagram visar vilka IM-tjänster våra respondenter använder sig utav. *Facebook Messenger* används av flest och *Hangouts* är minst populär av de olika alternativen. Respondenten kunde även i fritext skriva in övriga IM-tjänster som inte fanns bland alternativen. Under övrigt skrev folk in *Hemlis*, *Telegram*, *Snapchat*, *Twitter*, *LINE*, *WeChat*, *Grindr*, *Kakaotalk* och *Textsecure private messenger*. Här ser vi att det finns respondenter som väljer att använda sig av IM-tjänster med fokus på säkerhet och krypterad kommunikation. Att en respondent valt att skriva in *Twitter* som IM-tjänst är något problematiskt. *Twitter* är likt *Facebook* ett socialt nätverk och inte i sig en IM-tjänst. Dock så har *Twitter* en chattfunktion inbyggd som kan ses som en IM-tjänst. Det är oklart ifall respondenten syftar på chattfunktionen eller *Twitter* i stort. Vi kan utifrån den fakta vi har anta att hen använder IM-funktionen i *Twitter* då vi klart och tydligt redogjort för vad IM-tjänster är i enkäten.

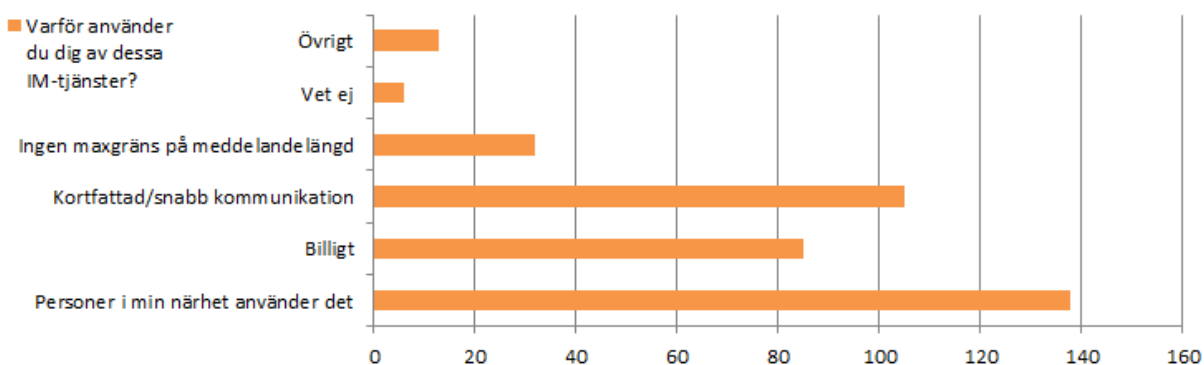


Diagram 3

När vi tittar på varför respondenterna använder sig av sina IM-tjänster så är den främsta anledningen att personer i deras närhet använder sig utav tjänsten. På andra plats ser vi att kortfattad och snabb kommunikation är en anledning till att använda sig utav IM-tjänster. Som nämnts i teorin så är även den låga kostnaden en stor anledning till varför respondenterna använder sig av sina IM-tjänster. Under övrigt finner vi bland annat: finns automatiskt i telefonen, hänger ihop med Facebook, var tvungen för att kunna skicka meddelanden på fb [förf. anm. Facebook], hålla kontakt med folk utomlands och kryptering. Några av respondenterna har uttryckt att de mer eller mindre varit tvungna att ladda ner *Facebook Messenger* för att kunna skicka meddelanden via Facebook.

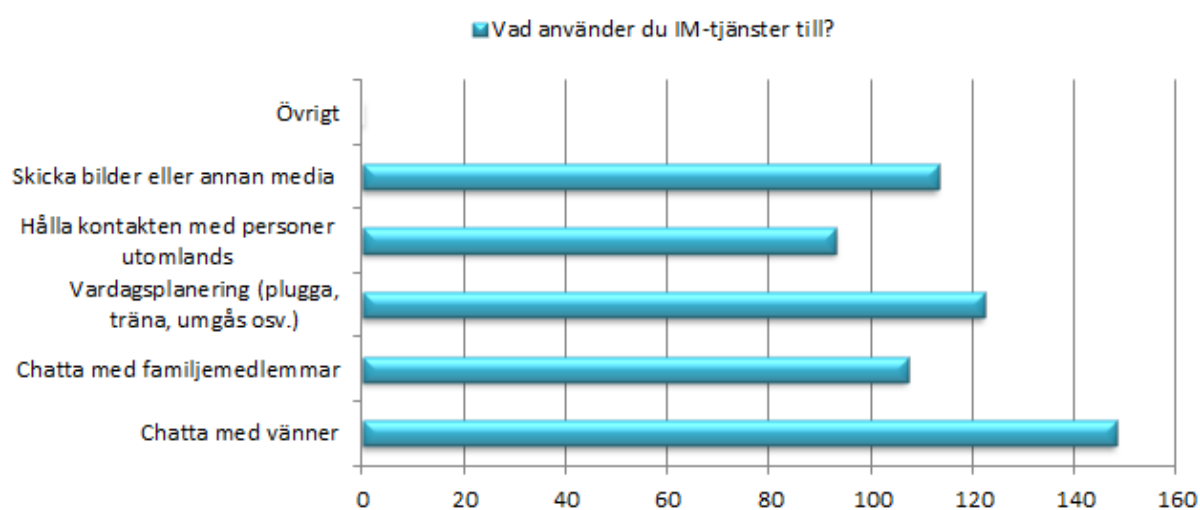


Diagram 4

Här ser vi att chatta med vänner är det som våra respondenter gör mest med sina IM-tjänster. De andra alternativen har även de fått många röster förutom det alternativet där respondenterna kunde skriva in ett eget svar. Inga respondenter har valt att skriva in ett eget användningsområde för vad de brukar använda IM-tjänster till.

Att använda IM-tjänster för att kommunicera med folk i andra länder är något som många av våra respondenter gör. Även i frågan "Varför använder du dig av dessa IM-tjänster" fanns det respondenter som skrivit att de använder dem för att ha kontakt med folk utomlands.

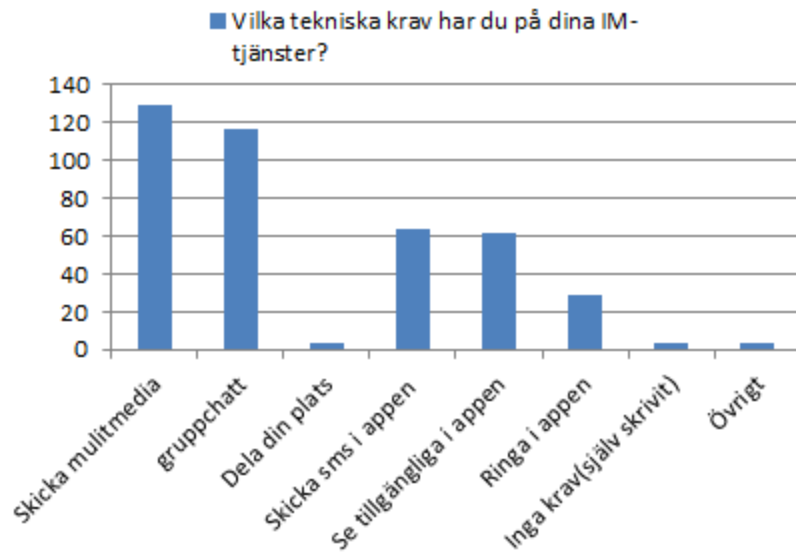


Diagram 5

Här ser vi ett diagram för vilka tekniska krav våra respondenter har på sina IM-tjänster. Skicka multimedia som bilder, filmer och ljudklipp och gruppchatt är de funktioner som våra respondenter värderar högst. Alternativet dela din plats var inte alls populärt och fick endast 3 röster. Vi fick in 2 stycken övriga krav, "säkerhet" och "Kunna skifta mellan dator och telefon".

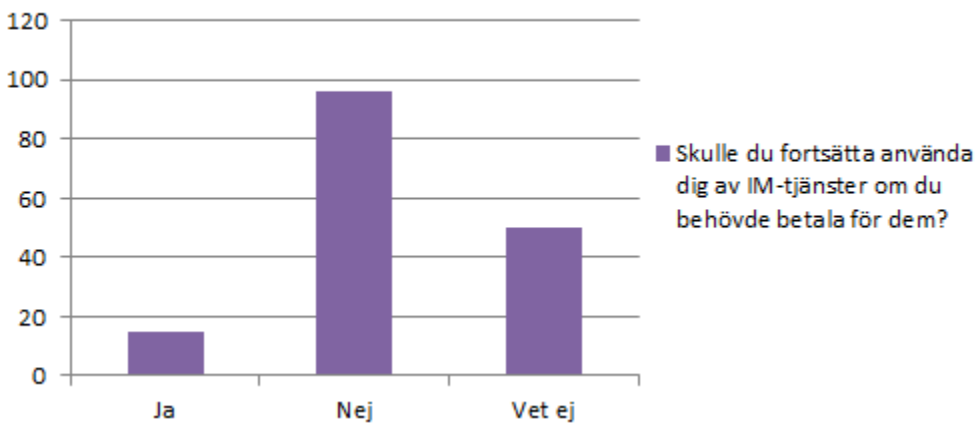


Diagram 6

Här ser vi hur våra respondenter svarat på frågan om de skulle fortsätta använda sig av sina IM-tjänster om de behövde betala för sina dem. Vi ser att en majoritet inte skulle fortsätta använda sina IM-tjänster om de behövde betala för dem.

5.2 Resultat av intervjustudie

Vi gjorde 6 stycken intervjuer med 2 kvinnor och 4 män. Respondenterna var alla studenter vid Örebro universitet mellan åldrarna 21 till 27 och de läste inom tre olika ämnen, Informatik, Kommunikation och Ekonomi.

Respondent nr	Ålder	Kön	Kurs/Program	Operativsystem	Tid (minuter)
R1	24	Man	Informatik B - Programmering	Android	09:56
R2	27	Kvinna	Ekonomi - Master	Android	08:56
R3	24	Kvinna	Ekonomi - Master	Android	09:47
R4	21	Man	Informatik C	iOS	16:13
R5	21	Man	Planerad kommunikation 1	Android	06:26
R6	25	Man	Planerad kommunikation 1	iOS	19:25

5.2.1 Vilka IM-tjänster används?

Alla våra respondenter använder sig utav *Facebook Messenger*. Både respondenterna som använde sig utav *iOS* använde *iMessage*. Respondent 2, 3 och 4 använde sig utav *WhatsApp*. Den första respondenten hade även använt sig av *Kik*. Några hade även provat på *Viber*.

5.2.2 Varför just dessa IM-tjänster?

På frågan varför respondenterna använde just dessa IM-tjänster framkom en mängd olika anledningar. De berörde till exempel funktionalitet, vilka IM-tjänster vännerna och vad majoriteten använde, att det var ett tvång av företaget för att kunna fortsätta chatta (*Facebook Messenger*) och att funktionaliteten redan fanns på telefonen från början, som *iMessage* gör.

R1: *“Ja det är exakt samma sak. Nästan alla har ju Facebook liksom. Så det är ett lätt sätt att komma i kontakt med alla som man känner i princip.”*

Flera respondenter svarade liknande på varför de använder sig just av *Facebook Messenger*. Andemeningen var att de flesta personer redan finns i Facebooks användarbas, därför är *Facebook Messenger* ett smidigt sätt att komma i kontakt med de personerna för exempelvis skolarbete, planering osv.

R1 nämnde även att han på sitt Instagramkonto lade upp reklam åt andra användare. För att kunna kontakta honom om att få sin reklam upplagd på hans konto så hade han länkat sin Kik-profil på sin Instagram. Att han valde just *Kik* i för detta var för att han sett att andra som erbjöd liknande tjänster som honom använde sig av *Kik*. När *Kik* återigen uppkom i intervjun så kom det fram att en praktisk anledning till varför det blev just den IM-tjänsten även var för att kunna separera på hans kunder och hans vänskapskrets som kontaktades via andra IM-tjänster.

R2 använder sig av *WhatsApp* därför att den känns smidigare än SMS och att många av hennes kompisar finns på tjänsten.

R2: *“WhatsApp använder jag nästan till alla kompisar, även här hemma i Sverige.”*

R2 *“WhatsApp började jag använda när jag kom till USA för typ 2 år sedan. och sen vet jag inte, jag tyckte bara att den var smidig och // jämfört med SMS // och då har jag fortsatt med den. Och sen är det fler och fler börjat använda WhatsApp också.”*

Hon började använda tjänsten när hon pluggade i USA och säger att efter hemkomsten till Sverige har fler och fler börjat använda den här också. Hon erkände efter en följdfråga att hon lyckats övertala många av sina bekanta att gå över till *WhatsApp*. Samtidigt beskriver hon den som ett smidigt alternativ över SMS vilket flera andra respondenter även poängterar när de talar om IM-tjänster kontra SMS.

Det uppkom också anledningar till varför man *inte* använde vissa appar. R4 ansåg att *Facebook Messengers* notifikationsbubblor var ett störningsmoment som fick honom att välja bort den.

R4: *“Mestadels för att notifikationerna från appen är väldigt störande och har man inte notifikationer så kan man lika gärna använda den vanliga Facebook-appen med tanke på att du måste gå in på appen för att kolla om någon har skrivit till exempel. Och det får man respons på direkt i Facebook-appen också.”*

5.2.3 Kostnad

Vi var intresserade av att veta vad våra respondenter ansåg att IM-tjänster kunde kosta och om de skulle kunna kosta alls. Vi frågade samtliga respondenter om de skulle fortsätta använda sig av sina IM-tjänster om de började kosta pengar.

R1: *“Nej, det tror jag inte. Det skulle jag nog aldrig göra. Det finns så många alternativ. Då hade jag nog bytt till nått som är gratis tror jag.”*

R3: *“Ah, men det tror jag. Om det bara är en sån liten summa.”*

R6: *“...det beror ju på också hur hög kostnaden är. Är det sju kronor om året så kanske men skulle det handla så här, till exempel som det här med Spotify, 100 kronor i månaden, nej det tror jag inte”*

Man kan använda sig av *WhatsApp* i ett år utan att det kostar, sedan kostar det 7 kr per år. En summa som respondent 2 inte ser något problem med.

R2: *“...ah. Men jag tycker det är värt det. för det är inte nån stor kostnad. “*

Några respondenter kom in på skillnaden på kostnad mellan IM-tjänster och SMS. De som tog upp det hade alla någon form av abonnemang där de inte behövde betala för varje SMS de skickade. Däremot skickade de inte gratis SMS till utlandet. Respondent 3 förklarar.

R3: *“SMS skickar jag ändå gratis här hemma men inte utomlands. Och då gick jag över till dom andra tjänsterna [förf. anm. WhatsApp och Skype]”*

5.2.4 Vad används dessa IM-tjänster till?

Vi frågade alla respondenterna vad de använder sina IM-tjänster till. De flesta sa att de använder *Facebook Messenger* för att hålla kontakt med vänner och ibland planera saker.

R1: *“Ah det är ju mest för att hålla kontakt med vänner och så. Eller grupper och så. Om man gör nått skolprojekt och sånt så har man chattgrupper.”*

R4: *“Väldigt olika. Det är inget affärsrelaterat som jag använder mina appar till utan det är ju för att hålla kontakt. Ibland kan det vara för att anordna saker och ting, till exempel om man ska träffa några vänner eller någonting sånt.”*

Här ser vi något som även de andra respondenterna säger, nämligen att de använder sig av gruppchattar när de kommunicerar via IM-tjänster, och framförallt i *Facebook Messenger*.

Det framgick även, inte helt olikt resultatet av enkäten, att vissa använder sig av IM-tjänster för att ha kontakt med personer som befinner sig utomlands.

R2: *“WhatsApp använder jag nästan till alla kompisar, även här hemma i Sverige. Och Skype och // Viber använder jag när jag ringer till mina kompisar i USA, för jag var där och pluggade i en termin och då håller vi kontakten genom dom.”*

Anledningen att använda sig av IM-tjänster utomlands verkar ha ett samband med den låga kostnaden som användandet av IM-tjänster innebär.

R3: *“Anledningen till att jag började använda WhatsApp var ju när min kompis var i USA. För att vi inte kunde skicka SMS till varandra. Så använde vi ju WhatsAppen för att det är gratis.”*

Detta är något vi även ser representerat i den kvantitativa datan (se diagram 3) att även där så är billigt en anledning som många tycker påverkar varför de använder IM-tjänster då utlandskommunikation är något som många gör.

När vi frågade respondenterna om det finns vissa situationer som passar vissa IM-tjänster så var det främst utomlands som togs upp. Respondent 1 tog upp en intressant aspekt av situationsanpassad användning.

R1: *“Jaaa, fast asså det här Kik som jag sa innan den använde jag när jag när jag hade ett sånt här instagram-konto där jag hade ganska många följare på. och så om folk ville ta kontakt med mig på, via just det kontot då på instagram då hade jag den Kik:en då”.*

Han använde sig av *Kik* för att kunna ha kontakt med människor som var intresserad av hans Instagram. Valet att han använde sig av just *Kik* föll på att han sett flera andra Instagram-användare använda sig av just *Kik* för kommunikation.

5.2.5 Tekniska aspekter och funktionalitet

Den funktion som de flesta använde var att kommunicera i gruppchatt. Alla respondenter uttryckte att de använde sig av det och uppskattade funktionen. Så här svarade exempelvis respondent 3 på om hon gillade möjligheten till gruppchatt.

R3: *“Ah, men det tycker jag faktiskt är väldigt smidigt, så att man slipper och sitta och skriva runt till varandra och säga vad den andra sa, till den ena och fram och tillbaka.”*

I IM-tjänster har man även funktionen att kunna skicka filer som bilder, videoklipp och ljudklipp till varandra. Några av våra respondenter uttryckte sitt gillande åt denna funktion, bland annat respondent 5.

R5: *“Sen det här att man kan bifoga filer och sånt där och bilder är också ett plus.”*

Något vi ville ha respondenternas syn på var funktionen Last Seen, som innebär att man kan se när mottagaren av ens meddelande har sett meddelandet.

R2: *“Jag tycker det är bra när jag kan se om dom har sett men inte lika bra om dom har sett att jag sett *skratt*.”*

Hon menar att man kan uppskatta möjligheten att kunna se när mottagaren sett ens meddelande, men man kan tycka det är lite jobbigt när man själv visar att man läst någons meddelande. Respondenten utvecklar.

R2: *“Ah, jag vet inte varför det känns så. men nånstans så känner man ju när man har läst att man borde svara, men ibland kanske det är så att man läser ett SMS och sen lägger // man kanske gör nått annat och så glömmer man bort det. Det är ju inte att man inte tänker svara men det blir ändå lite stress att man har läst det.”*

Det var fler respondenter som hade liknande åsikter om Last Seen-funktionen, att man kan bli stressad av att veta om att nu har personen som skickat meddelandet fått reda på att jag har sett det. Några respondenter uttryckte även att de skulle vilja att det gick att stänga av Last Seen-funktionen.

En av respondenterna tog även upp ett användningsområde och aspekt av Last seen-funktionen som han ansåg vara praktiskt. Med Last seen-funktionen behöver man inte alltid svara på sina meddelanden utan att det räcker att den som skickat meddelandet vet om att man som mottagare sett det. Dock gäller detta främst meddelanden som inte kräver något svar, där själva vetskapen om att man sett meddelandet räcker.

R4: *“Jag menar alla som vill ha tag på mig, dom SMSar ju, och det kommer till den vanliga SMS-appen, men däremot de här WhatsApp-appen som kan användas som jag sa för event till exempel och så. Då kan man ju ge information till någon utan att nödvändigtvis behöva ett svar tillbaka, 'Ja nu har jag sett det här, nu har jag tagit del av den här informationen', utan då kan man direkt se att de har tagit del av den informationen så att säga.”*

Fem av sex respondenter hade inte någon funktionalitet som de kände att de saknade i sina IM-tjänster. De var nöjda med dem och hade inget direkt att tillägga. En av de respondenterna gav sin syn på ny funktionalitet i IM-tjänster.

R3: *“Det kommer väl vara så att om det kommer nån ny funktion då kommer man kanske tycka att det är jättebra och tänka att oj det här har jag inte saknat innan. men nu...”*

Endast en respondent hade en funktion som han kände saknades. Han beskriver en önskan om att kunna ha bättre ordning i sina gruppchattar, som ofta kan bli fulla med småprat, så att han lättare kan ha koll på viktiga filer och meddelanden som blivit delade i chatten. Han tycker att det är lätt att tappa bort viktiga meddelanden i chatten så han skulle gärna vilja se en slags ruta bredvid chatten, mer likt e-mail, där man kan se viktiga meddelanden och filer och vilka de är ämnade för.

Flera respondenter menade att vissa IM-tjänster “känns” bättre, smidigare, stabil och snabbare än SMS och även andra IM-tjänster. Respondent 2 menar att *WhatsApp* känns bättre byggd än *Facebook Messenger*.

R2: *“ah asså om man jämför den med typ Facebook Messenger så tycker jag ju att WhatsAppen funkar mycket bättre.”*

R2: *“jag tycker upplägget liksom, är smidigt och att ofta med min messenger, det kanske är den som inte funkar, men så kan man ha fått ett meddelande när man klickar in på den. men man har inte fått nån notis om det”*

Respondent 1 berättar att han tycker att *Facebook Messenger* är snabbare än SMS, även fast han inte vet om den är det.

R1: *Att man kan se när nån har läst kanske då. på facebook. det känns som folk.. eh jag vet inte. jag tycker det är bättre med messenger. det känns snabbare på nått sätt, även fast det kanske inte är det. det går ju ungefär lika snabbt men.*

6 Analys & Diskussion

Här analyserar vi vårt resultat och diskuterar det utifrån tidigare forskning och vår frågeställning.

Enligt vår empiri tycks IM-tjänster framförallt användas för att kommunicera med vänner och med familjemedlemmar, fast inte i lika stor utsträckning med familje-medlemmarna, vilket även är något O'hara et al. (2014) påvisar. Dock så framgår det att om någon använt sig av en IM-tjänst under en längre tid så är chansen stor att användaren har influerat personer i sina sociala kretsar så att även de börjat använda sig av IM-tjänsten, där även familj kan blivit ha influerade. Detta finner vi även representerat i vår empiri där respondenterna antingen har influerat andra att börja använda vissa IM-tjänster, eller har själva blivit influerade att börja använda IM-tjänster. Detta för att kunna kommunicera med de som redan börjat använda sig av IM-tjänsterna och inte riskera att hamna utanför de samtal som förs i den sociala kretsen. Om de inte skulle använda sig av IM-tjänsten som de andra i den sociala kretsen använder så är risken stor att de kommer missa en del information som delats via den kommunikationen (Sultan, 2014; Curch et al., 2013; Zhou et al., 2011). I övrigt används även IM-tjänster i stor utsträckning till planering av olika aktiviteter, så som träning och tid att studera, vilket framgår i vår empiri samt i O'hara et al. (2013).

När det kommer till vilka IM-tjänster som faktiskt används är det *Facebook Messenger* som är den klart populäraste i vår studie. De allra flesta i både vår enkätstudie och intervjustudie använder sig av den. Detta stöds i Findahl (2013) där man funnit att Facebook är det populäraste sociala nätverket bland svenskar, så att *Facebook Messenger* är den populäraste IM-tjänsten förvånar oss inte. Även i Diring et al. (2013) studie så är *Facebook Messenger* den populäraste IM-tjänsten bland svenska unga vuxna.

På andraplats i enkätdata ser vi *iMessage*. Som tidigare nämnts är *iMessage* exklusivt för iOS men trots detta så är den alltså den näst populäraste IM-tjänsten i vår undersökning. Att *iMessage* är så populärt bland iOS-användarna förvånar oss inte då den kommer förinstallerad på enheten och endast kräver en aktivering i enhetens inställningar för att kunna användas. Då den är förinstallerad på iOS-enheterna blir även användarbasen stor när i princip alla användare av en iOS-enhet blir användare av *iMessage*.

Den tredje populäraste IM-tjänsten blev *WhatsApp* vilket även knyter an till den stora användarbasen globalt. Det framstår dock som att IM-tjänsten har fått större fotfäste utomlands i jämförelse med Sverige med tanke på mängden forskning som är gjord på just *WhatsApp* i jämförelse med mängden forskning på andra IM-tjänster. I våra intervjuer uppkom det även att vissa har anammat *WhatsApp* när de varit

utomlands därför att det var en populär tjänst att använda på just den geografiska platsen. Det ser alltså ut att finnas en större användarbas för *WhatsApp* i andra länder jämför med i Sverige.

Att IM-tjänster är billiga och kostnadseffektiva verkar vara en avgörande faktor till själva användandet av IM-tjänster enligt både vår empiri och teori (Sultan, 2014; Church et al., 2013; Ahad et al., 2014). Några respondenter i vår intervjustudie menade att en liten summa, till exempel *WhatsApp* som tar 7 kr per år, är ett pris de skulle kunna tänka sig att betala, medan vissa respondenter ville alltid ha sina IM-tjänster kostnadsfria. De sa att om deras nuvarande IM-tjänster skulle börja kosta pengar så skulle de byta till en annan, då utbudet av IM-tjänster är så stort och det alltid skulle finnas någon annan gratistjänst att byta till. Detta ser vi även i vår enkätstudie där flest respondenter inte skulle fortsätta använda sig av sina IM-tjänster om de började kosta pengar. Många respondenter svarade dock "Vet ej" på den frågan vilket kan förklaras med att vi aldrig beskrev med hur mycket IM-tjänsterna skulle börja kosta i detta fall. Resultatet kanske hade blivit annorlunda ifall vi hade angivit en exempelsumma.

Många idag har tillgång till gratis SMS via sina abonnemang, vilket gör att de inte behöver betala per SMS. Detta gör att några intervju-respondenter fortfarande väljer att använda sig av SMS i stor utsträckning och inte använder sig av IM-tjänster så ofta. Då SMS redan är gratis behöver de inte skaffa en IM-tjänst för att hålla nere på kostnaden, åtminstone inte för kommunikation som sker inom Sverige. Vid kommunikation utanför Sverige går kostnaden upp då många inte har gratis SMS utanför Sverige.

I vår empiri framgår det att många använder sig av IM-tjänster för att kommunicera med personer som befinner sig utomlands, och att de själva börjat använda sig av IM-tjänster när de befunnit sig utomlands. Detta är för att hålla nere på kostnader då IM-tjänsters eventuella kostnad är oberoende av geografisk placering, i jämförelse med SMS. Detta framgår även i Diring et al. (2013). Denna kommunikation sker inte endast via textmeddelanden utan även i röstsamtal via exempelvis *Skype* eller *Viber*, så att man även kan hålla nere på kostnaden för traditionella samtal. Här ser vi en situationsanpassning vid val av IM-tjänst till den situation användaren befinner sig i, det vill säga utomlands.

Det verkar inte enbart vara det billiga priset i sig som gör att man börjar använda sig av en IM-tjänst utan även själva användarbasen för tjänsten. Om personer i sina sociala kretsar inte använder sig av IM-tjänster försvinner själva anledningen till att använda sig av en IM-tjänst, nämligen att kommunicera med vänner och familj i sina sociala kretsar. Detta stödjer vår empiri där vi funnit att *Facebook Messenger* är den populäraste IM-tjänsten. Visserligen är *Facebook Messenger* gratis, men enligt vår empiri så är en största anledning till att använda sig av *Facebook Messenger* den stora användarbasen. De allra flesta i deras

sociala kretsar finns på Facebook så att använda sig av *Facebook Messenger* är enligt dem ett smidigt sätt att ta kontakt på, speciellt om man ska planera och diskutera till exempel skolarbete.

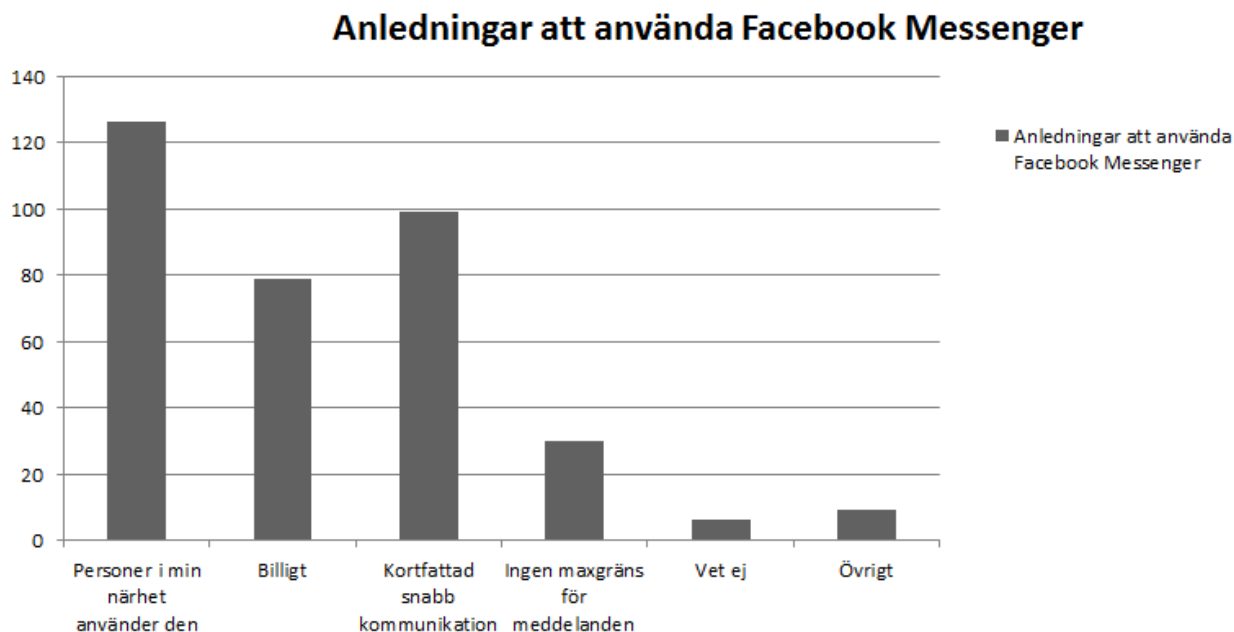


Diagram 7

Ett antal funktioner har uppkommit i vår forskning som ser ut att vara betydande för användarna. Gruppchatt och skicka bilder eller annan media var två populära svarsalternativ i enkäten och i intervjuerna uppskattade flera respondenter också dessa funktioner. Liknande resultat har vi funnit under vår litteraturforskning (Ahad et al., 2014; Church et al., 2013, Sultan, 2014). Det framstår vara så vanliga och vedertagna funktioner som de flesta IM-tjänster har att användare tar dem för givet. Eftersom de populäraste IM-tjänsterna är snarlika i sina funktioner där ingen direkt sticker ut ur mängden blir det svårt att avgöra utifrån funktioner varför just vissa väljs framför andra. Funktionerna i sig bidrar alltså inte till att användarna väljer att använda de IM-tjänsterna de använder, då funktionerna i varje tjänst är så lika.

Flera av respondenterna under vår intervjustudie har tagit upp att IM-tjänsterna “känns” smidiga och snabba, utan att de faktiskt vet om de är snabbare än exempelvis SMS. Anledningen till varför man väljer vissa IM-tjänster ser alltså ut att inte ha så mycket med funktioner att göra utan mer en känsla som IM-tjänsten ger ifrån sig. Enligt vår empiri och teori så används IM-tjänster till snabb kommunikation vilket kan förklara den snabba känslan som IM-tjänsterna ger sina användare, men något definitivt svar på vad denna “känsla” innebär fann vi aldrig under vår studie.

Alla funktioner som uppkommit har dock inte fått enbart positiv feedback. Last Seen-funktionen är något som flera av våra respondenter uttryckte delade meningar om. Det uppkom bland annat att det var positivt att kunna se när någon läst deras meddelanden medan det kunde kännas problematiskt när andra kunde se när respondenten läste deras meddelanden. Att det kan bli ett stressmoment över Last Seen tar även Pielot et al. (2014) i ordalag som “stress” och “social pressure”.

Facebook Messengers notifikationsbubblor ansågs störande av respondent 4 och han hade valt bort att använda till stor del på grund av dem. Om detta är en generell åsikt blir svårt att dra slutsatser om men vad vi vet sedan tidigare forskning är att väldigt många använder *Facebook Messenger* och notifikationsbubblorna är aktiverade per automatik. Om många inaktiverar eller ogillar notifikationsbubblorna är något som skulle kunna frågas om i en mer funktionsinriktad rapport.

Rent generellt så är det alltså inte de tekniska funktionerna som får unga vuxna studenter att välja sina IM-tjänster. En kombination mellan det låga priset, den snabba kommunikationen och den grundfunktionaliteten som återfinns i samtliga IM-tjänster uppskattas, men det är det sociala inflytandet som har det sista ordet när det gäller val av IM-tjänst.

7 Slutsatser

Här ska vi besvara vår frågeställning genom våra underfrågor. Vilka IM-tjänster använder unga vuxna studenter, varför väljer de just de tjänsterna och vad används de till. Via dessa ska vi återge hur unga vuxna studenters resonerar kring IM-tjänster?

I denna rapport har vi undersökt hur unga vuxna studenter resonerar kring IM-tjänster genom våra underfrågor, vilka IM-tjänster som används bland unga vuxna studenter, varför de väljer just de tjänsterna och vad de använder tjänsterna till.

Under vårt arbete har vi kommit fram till att den populäraste IM-tjänsten bland unga vuxna studenter är *Facebook Messenger*, följt av *iMessage* och *WhatsApp*. Anledning till varför just *Facebook Messenger* blivit den populäraste beror på att den är gratis, tillhandahåller snabb kommunikation men framförallt den stora användarbasen som vi kan se hos tjänsten. Användarna vill använda IM-tjänster där de kan kommunicera med vänner och familj från deras sociala kretsar, därför är just *Facebook Messenger* populärast, då Facebook i sig är det populäraste sociala nätverket i Sverige och att de flestas sociala kretsar finns där.

Då funktionaliteten hos IM-tjänsterna är i princip likadan så ligger det inte något fokus på funktionaliteten när man väljer IM-tjänst. Funktionaliteten i sig får alltså inte unga vuxna studenter att välja IM-tjänster. Det är viktigare att IM-tjänsten känns bra och snabb. Vad som menas med att en IM-tjänst "känns" bra och snabb framkom aldrig definitivt under vår studie, då det endast beskrivits som en känsla från våra respondenter.

De unga vuxna användarna av IM-tjänster har inga direkta önskemål på nya funktioner utan tycker att IM-tjänsterna tillhandahåller de funktioner de vill ha och använder, framförallt gruppchatt och kunna dela filer som bilder, ljud och filmklipp. Dessa funktioner används för att kunna planera exempelvis skolarbeten och bara chatta med vänner och familj.

Den låga kostnaden bidrar även till användandet av IM-tjänster. Många respondenter vill ha sina IM-tjänster helt gratis medan vissa kan tänka betala en liten summa för dem. Sammanfattningsvis kan vi se att det är kombinationen mellan det låga priset, den smidiga kommunikationen och sociala inflytanden som styr de unga vuxna studenterna mot IM-tjänsterna och på sätt gör dem populära, den populäraste IM-

tjänsten är Facebook Messenger, följd av iMessage och WhatsApp och IM-tjänsterna används främst för att ha kontakt med vänner och att planera olika aktiviteter som träning och tid att studera i grupp.

8 Vidare forskning

Känslan av snabb kommunikation är en aspekt av resultatet som uppkom under vår forskning. Det är något som respondenter nämnde men som vi inte helt kunnat kartlägga vad det innebär. Framtida forskning skulle behövas inom detta för att gå till grunden med exakt vad det är som utgör den känslan. Framtida forskning skulle även kunna utföras med inriktning på specifika IM-tjänster och mer ingående undersöka unga vuxna studenters syn på dem. Vi anser vidare att mer forskning inom Sverige på detta område behövs då vi i vårt arbete hittat få studier utförda här.

9 Källförteckning

Artiklar

Ahad, A. D., & Lim, S. M. A. (2014). Convenience or Nuisance?: The 'WhatsApp'Dilemma. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 155, 189-196.

Barkhuus, L., & Tashiro, J. (2010). Student socialization in the age of facebook. Paper presented at the 133-142. doi:10.1145/1753326.1753347

Church, K., & De Oliveira, R. (2013). What's up with WhatsApp? comparing mobile instant messaging behaviors with traditional SMS. Paper presented at the *MobileHCI 2013 - Proceedings of the 15th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services*, 352-361.

Diring, E. & Sundelin, S. (2013). ”Man behöver inte folks nummer längre”: En studie om hur studenter använder meddelandekommunikation via smartphones. (Student paper). Södertörns högskola.

Goldkuhl, G. (2011). *Kunskapande*. Linköping: Inst. för datavetenskap.

Grinter, R. E., & Eldridge, M. A. (2001, January). y do tngrs luv 2 txt msg?. In *ECSCW 2001* (pp. 219-238). Springer Netherlands.

O'Hara, K., Massimi, M., Harper, R., Rubens, S., & Morris, J. (2014). Everyday dwelling with WhatsApp. Paper presented at the *Proceedings of the ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, CSCW*, 1131-1143.

Pielot, M., De Oliveira, R., Kwak, H., & Oliver, N. (2014). Didn't you see my message? predicting attentiveness to mobile instant messages. (pp. 3319-3328) doi:10.1145/2556288.2556973

Sultan, A. J. (2014). Addiction to mobile text messaging applications is nothing to “lol” about. *The Social Science Journal*, 51(1), 57-69.

Webster, J., & Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. *Management Information Systems Quarterly*, 26(2), 3.

Zhou, T., & Lu, Y. (2011). Examining mobile instant messaging user loyalty from the perspectives of network externalities and flow experience. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 883-889.

Böcker

Bryman, A., & Nilsson, B. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber.

Bryman, A., Carle, J., & Nilsson, B. (1997). *Kvantitet och kvalitet i samhällsvetenskaplig forskning*. Lund: Studentlitteratur.

Oates, B. (2006). *Reasearching Information Systems and Computing*. London: Sage Publications Ltd.

Webbkällor

Jean M. Converse, & Presser, S. (1986). *Survey Questions*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781412986045>

Findahl, O. (2013). *Kommunikation och sociala nätverk*. (pp 32-38). .SE | internetstatistik, från https://www.iis.se/docs/Kap5_kommunikation_och_sociala_natverk_SOI2013.pdf

Olson, P. (2014, 25 augusti). WhatsApp Hits 600 Million Active Users, Founder Says. *Forbes*. Hämtad 2014-12-01, från <http://www.forbes.com/sites/parmyolson/2014/08/25/whatsapp-hits-600-million-active-users-founder-says/>

Business Insider. (2014). *Facebook's Messenger App Just Hit A Staggering 500 Million Users*. Hämtad 2014-12-01, från <http://www.businessinsider.com/facebook-messenger-has-500-million-users-2014-11>

Statista. (2014a). *Number of apps available in leading app stores as of July 2014*. Hämtad 2014-12-02, från <http://www.statista.com/statistics/276623/number-of-apps-available-in-leading-app-stores/>

Statista. (2014b). *Number of available apps in the Apple App Store from July 2008 to September 2014*. Hämtad 2014-12-02, från <http://www.statista.com/statistics/263795/number-of-available-apps-in-the-apple-app-store/>

IDC. (2014). *Worldwide Smartphone Shipments Top One Billion Units for the First Time, According to IDC*. Hämtad 2014-12-02, från <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS24645514>

Google Play (u.å.a). *De mest populära apparna i underkategorin kommunikation*. Hämtad 2014-11-21, från https://play.google.com/store/apps/category/COMMUNICATION/collection/topselling_free

Google Play. (u.å.b). *Facebook Messenger*. Hämtad 2014-12-10, från <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.orca&hl=sv>

Google Play. (u.å.c). *Viber*. Hämtad 2014-12-08, från <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.viber.voip&hl=sv>

Google Play. (u.å.d). *Kik*. Hämtad 2014-12-08, från

<https://play.google.com/store/apps/details?id=kik.android&hl=sv>

Nationalencyklopedin. (u.å.a). *sociala medier*. Hämtad 2014-12-01, från <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/sociala-medier>

Nationalencyklopedin. (u.å.b). *Smartmobil*. Hämtad 2014-11-28, från <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/smartmobil>

Nationalencyklopedin. (u.å.c). *chatt*. Hämtad 2014-12-08, från <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/chatt>

Skype. (u.å) Om Skype. Hämtad 2014-12-10, från <http://www.skype.com/sv/about/>

Wikipedia. (u.å.a). *Instant messaging*. Hämtad 2014-12-01, från http://en.wikipedia.org/wiki/Instant_messaging

Wikipedia. (u.å.b). *Mobile app*. Hämtad 2014-11-18, från http://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_app

Wikipedia. (u.å.c). *Android (operating system)*. Hämtad 2014-11-18, från [http://en.wikipedia.org/wiki/Android_\(operating_system\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Android_(operating_system))

Wikipedia. (u.å.d). *iOS*. Hämtad 2014-11-18, från <http://en.wikipedia.org/wiki/IOS>

Wikipedia. (u.å.e). *Google Play*. Hämtad 2014-11-21, från http://en.wikipedia.org/wiki/Google_Play

Wikipedia. (u.å.f). *App Store (iOS)*. Hämtad 2014-11-21, från [http://en.wikipedia.org/wiki/App_Store_\(iOS\)](http://en.wikipedia.org/wiki/App_Store_(iOS))

Wikipedia. (u.å.g). *Facebook*. Hämtad 2014-12-03, från <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>

Wikipedia. (u.å.h). *iMessage*. Hämtad 2014-12-08, från <http://en.wikipedia.org/wiki/IMessage>