

Från Informationssamhälle till Rekommendationssamhälle

I mitten av 2000-talet ändrade något på webben. Teknologin utvecklades och möjliggjorde nya mera användarvänliga tjänster som gjorde det möjligt för vem som helst att skapa innehåll på webben. Man ville uppmärksamma denna ändring genom att kalla den nya webben för webben 2.0. Versionsnumret 2.0 antydde att det hade skett en utveckling och att man kommit till en ny version av webben. Omkring år 2008 kom termen sociala medier med in i bilden. Med sociala medier menar man egentligen det samma som med webben 2.0, men termen sociala medier beskriver tydligare att ändringen först och främst handlade om en social ändring och att mänskorna kunde vara mera sociala på den nya webben. I t.ex. Google Insights for search kan man se hur sökningarna för "web 2.0" avtar samtidigt som sökningarna för "social media" ökar kraftigt omkring år 2009 och i början av 2010 blir sökningarna för "social media" populärare än "web 2.0". De sociala medierna hade kommit för att stanna.

Om man söker efter definitioner på sociala medier med någon sökmaskin på webben hittar man flera alternativ som påminner mer eller mindre om varandra. Alla verkar vara så gott som överens om att sociala medier handlar om webbtjänster som möjliggör samarbete och interaktion mellan användarna. I de olika definitionerna hittar man ord som webben, social, nätverk, användarskapat, dynamiskt, samarbete, interaktivitet, osv. Enligt existerande definitioner är det kännetecknande för sociala medier att de a) möjliggör kommunikation och interaktion mellan mänskorna, b) formar nätverk mellan mänskorna, och c) är på webben.

Tjänster som Facebook och Twitter har blivit nästan synonyma för sociala medier, även om det finns en massa andra tjänster som också kan räknas med. Tjänster som YouTube, LinkedIn, NING, MySpace, Orkut, Flickr, XING, Yammer, Qaiku, Blogger, och många flera kan räknas som sociala medier. En del av dessa handlar om att publicera och dela bilder eller video med andra, medan andra handlar om att skriva inlägg till en blogg, mikroblogg eller en nanoblogg. Gemensamt för alla sociala medier är att de är platser där användarna kan vara i interaktion med varandra och bygga på sitt sociala nätverk på webben. Det som är centralt med alla sociala medier är möjligheten att vara social på webben.

I sociala nätverk på webben sprids rekommendationer, innehåll och information mellan mänskorna effektivare än någonsin tidigare. Sociala medier har anknutits till exempel både till politiska framgångar och till fall av presidenter och regeringar. I samband med presidentvals kampanjen i USA år 2008 spelade sociala medier en viktig roll i att aktivera de demokratiska röstarna. Demokraterna använde sociala medier effektivt för att sprida information om kampanjen och rekrytera ambassadörer som kunde förmedla informationen

även vidare. En del forskare menar till och med att vinsten avgjordes till en stor del tack vare sociala medier.

I början av 2011 har sociala medier kopplats till revolterna i bl.a. Tunisien, Libyen, och Egypten. Meddelanden i sociala medier har spridit information om händelserna i dessa områden till resten av världen effektivare än traditionella medier någonsin kunnat göra. De sociala medierna har förändrat hur information och innehåll sprider sig på webben och hur mänskorna är i kontakt med varandra. Tidigare var det främst vissa webbsajter och vissa kanaler på webben som spred information och t.ex. nyheter, medan idag kan vem som helst sprida informationen vidare till sitt sociala nätverk och varje person i nätverket som mottar informationen kan igen skicka informationen vidare till sitt nätverk. På det här viset kan information sprida sig runt världen snabbare än någonsin tidigare.

Det är mycket sannolikt att vårt informationsbeteende på webben har förändrats tack vare sociala medier. Sökmaskiner har redan en längre tid varit ett centralt verktyg då vi försöker hitta svar till våra frågor och information om något som intresserar oss, men detta håller eventuellt på att ändras. Vi får varje dag en massa rekommendationer av våra sociala nätverk på Facebook, Twitter och LinkedIn. Våra "vänner" delar innehåll som de hittat och på sätt och vis rekommenderar de innehållet åt oss.

Varje delad videofil, blogg inlägg och till och med varje gillad webbsajt kan ses som en rekommendation av våra vänner. Och rekommendationer är den kraftigaste marknadsföringsformen. Då vi får en rekommendation av en kompis som vi litar på är det också sannolikare att vi agerar enligt det. Det är möjligt att vi inte längre använder sökmaskiner lika mycket som tidigare eftersom vi får så mycket information och innehåll via rekommendationer från våra sociala nätverk på webben. Kanske kan vi börja prata om ett skift från ett informationssamhälle till ett rekommendationssamhälle? ■