

HØGSKOLEN I OSLO  
OG AKERSHUS

**Tine Lodberg Frost**

---

# **Fra informationsadfærd til inspirationsadfærd**

**Et brugerstudie af Ravelry.com**

**Masteroppgave 2013**

**Master i bibliotek- og informasjonsvitenskap**

**Høgskolen i Oslo og Akershus, Institutt for arkiv- bibliotek- og informasjonsfag**

## Sammendrag

I denne masteropgave har jeg undersøgt sammenhængen mellem håndarbejde og information, med udgangspunkt i Ravelry.com (Ravelry). Ravelry er et socialt netsted med fokus på strikning, hækling, spinning, garnfarvning og andre garnrelaterede aktiviteter. Her kan brugerne blandt andet finde opskrifter, organisere sine projekter og deltage i diskussioner. Jeg har som formål at undersøge hvilke forskellige typer informationsadfærd som kan identificeres blandt brugerne af netstedet. For at afdække dette har jeg gennemført en spørgeundersøgelse på Ravelry, samt udført 6 kvalitative interviews med brugere rekrutteret fra spørgeundersøgelsen. Resultatet af undersøgelsen er at brugerne har en kompleks og alsidig informationsadfærd, som indeholder både målrettede, eksplorative og sociale elementer. De benytter sig af et bredt udvalg af digitale og trykte kilder, både på Ravelry og andre steder. Det kommer også tydeligt frem at medlemsskabet i Ravelry har ændret brugernes informationsadfærd og kreative proces. Et resultat som jeg ikke havde forventet at få er at brugerne i min undersøgelse både benytter Ravelry som værktøj i forbindelse med en seriøs fritidsaktivitet (håndarbejde), samtidig med at det at udforske Ravelry for mange er en uformel fritidsaktivitet i sig selv.

## Forord

Det at kunne skrive masteropgave om et emne man brænder for, er ikke noget som er alle forundt. Derfor vil jeg gerne først og fremmest takke min vejleder, Tor Arne Dahl, for entusiasme, gode råd, forståelse og nogle velvalgte spark bag i. Dernæst vil jeg gerne takke Ravelry, som har givet mig lov til at sætte både dem og deres brugere under luppen. Jeg vil også rette en tak til alle respondenterne som har taget sig tid til at svare på mit spørgeskema, og informanterne som åbent har delt af deres oplevelser og kundskab.

Tak til Audun, som har holdt skansen derhjemme, og læst korrektur midt om natten. Uden din opbakning og hjælp var jeg aldrig blevet færdig. Jeg vil også takke Ask, fordi han har holdt ud mens jeg var på skolen i tide og utide.

Til sidst en tak til mine medstuderende, som har bidraget med indspil og faglige diskussioner, såvel som socialt samvær.

Oslo, juni 2013

Tine Lodberg Frost

# Indholdsfortegnelse

<b>1</b>	<b>Indledning</b>	<b>1</b>
1.1	Baggrund og motivation	2
1.2	Om Ravelry	3
1.3	Problemstilling og forskningsspørgsmål	7
<b>2</b>	<b>Forskning og teori</b>	<b>8</b>
2.1	Teoretisk rammeværk	8
2.1.1	Informationsadfærd	8
2.1.1.1	Måltrettet eller eksplorativ informationsadfærd	11
2.1.1.2	Berrypicking	14
2.1.2	Social informationsadfærd	15
2.1.3	Fritidsstudier	16
2.1.3.1	Fritidsstudier og informationsadfærd	20
2.1.3.2	Forskning på informationsadfærd og fritidsaktiviteter	22
2.1.3.3	Ravelry og fritidsstudier	24
2.2	Tidligere forskning relateret til Ravelry	25
<b>3</b>	<b>Metode</b>	<b>28</b>
3.1	Spørgeskemaundersøgelse	28
3.1.1	Udformning af spørgeskemaundersøgelsen	30
3.1.1.1	Åbne spørgsmål	32
3.1.1.2	Måltrettede spørgsmål	32
3.1.2	Gennemførelse af spørgeskemaundersøgelsen	32
3.1.2.1	Publicering	33
3.1.2.2	Analyse	34
3.1.3	Styrker og svagheder	34
3.1.4	Repræsentativitet	35
3.2	Interviewundersøgelse	35
3.2.1	Population	36
3.2.2	Informanter	37
3.2.3	Gennemførelse af interviewundersøgelse	37
3.2.3.1	Transkribering og analyse	39
3.2.4	Styrker og svagheder	40

<b>4</b>	<b>Analyse</b>	<b>41</b>
<b>4.1</b>	<b>Hvem er mine respondenter?</b>	<b>41</b>
4.1.1	Hvem er mine informanter?	45
4.1.1.1	Om Mia	45
4.1.1.2	Om Iselin	46
4.1.1.3	Om Tina	46
4.1.1.4	Om Amalie	46
4.1.1.5	Om Bente	47
4.1.1.6	Om Helle	47
4.1.2	Hvorfor være medlem af Ravelry?	47
<b>4.2</b>	<b>Målrettet informationsadfærd</b>	<b>50</b>
4.2.1	Målrettede søgemuligheder på Ravelry	50
4.2.1.1	Avanceret søg på Ravelry	53
4.2.2	Informationskilder	57
4.2.2.1	Nettet, Google og Youtube	59
4.2.2.2	Bøger og andre trykte kilder	60
4.2.2.3	På jagt efter erfaringer	62
<b>4.3</b>	<b>Eksplorativ informationsadfærd</b>	<b>63</b>
4.3.1	Inspiration, kreativitet og serendipitet	68
4.3.2	Favoritter, venner og naboer	71
4.3.3	Ravelry som fritidsaktivitet	73
<b>4.4</b>	<b>Social informationsadfærd</b>	<b>74</b>
4.4.1	Social citering af opskrifter og kilder	76
4.4.2	Strikkeklub-effekten	80
<b>4.5</b>	<b>Livet efter Ravelry</b>	<b>86</b>
<b>4.6</b>	<b>Seriøs eller uformel fritidsaktivitet?</b>	<b>91</b>
<b>4.7</b>	<b>Social Berrypicking</b>	<b>96</b>
<b>5</b>	<b>Opsummering og konklusion</b>	<b>99</b>
<b>5.1</b>	<b>Målrettet informationsadfærd</b>	<b>99</b>
<b>5.2</b>	<b>Eksplorativ informationsadfærd</b>	<b>99</b>
<b>5.3</b>	<b>Social informationsadfærd</b>	<b>100</b>
<b>5.4</b>	<b>Brugernes kreative proces</b>	<b>101</b>

<b>5.5</b>	<b>Funktionalitet på Ravelry</b>	<b>101</b>
<b>5.6</b>	<b>Fritidsaktivitet og Berrypicking</b>	<b>101</b>
<b>5.7</b>	<b>Vejen videre</b>	<b>102</b>
<b>6</b>	<b>Ressourcer</b>	<b>104</b>
<b>7</b>	<b>Bilag</b>	<b>109</b>

## Figurer

<i>Figur 1: My notebook</i>	4
<i>Figur 2: Eksempel på et projekt på Ravelry</i>	4
<i>Figur 3: Pattern browser and advanced search</i>	5
<i>Figur 4: eksempel på en gratis opskrift</i>	6
<i>Figur 5: eksempel på informationsside for en kilde</i>	6
<i>Figur 6: Klassisk information retrieval model (Fra: Morville 2005 s. 59 )</i>	9
<i>Figur 7: Ideal-type aspects of convergent and divergent information behaviour (Björneborn 2010, s. 145)</i>	11
<i>Figur 8: 10 faktorer i det fysiske bibliotek, der kan stimulere serendipitet (Björneborn 2008, s. 51)</i>	13
<i>Figur 9: Berrypicking model (fra: Morville 2005, s. 60)</i>	14
<i>Figur 10: The serious leisure Perspektiv diagram (The Serious Leisure Perspective Website, 2013).</i>	17
<i>Figur 11: A revised model of information behaviour (Elsweiler et al. 2011, s. 228)</i>	24
<i>Figur 12: Respondenternes alder</i>	41
<i>Figur 13: Respondenternes geografiske fordeling</i>	42
<i>Figur 14: Respondenternes håndarbejds erfaring</i>	42
<i>Figur 15: Besøgshyppighed på Ravelry</i>	43
<i>Figur 16: Længde på medlemskab på Ravelry</i>	43
<i>Figur 17: Hvordan bidrager mine respondenter til Ravelry?</i>	44
<i>Figur 18: Ord-sky fra Wordle, baseret på svar fra spørgsmål 6 i spørgeundersøgelsen</i>	48
<i>Figur 19: Velstrukturerede søg efter specifik information på Ravelry</i>	50
<i>Figur 20: Hvor ofte bruger respondenterne følgende funktionalitet til at finde information på Ravelry?</i>	51
<i>Figur 21: Quick search</i>	52
<i>Figur 22: Personalisering på Ravelry</i>	52
<i>Figur 23: Hvor ofte bruger mine respondenter avanceret søg</i>	53
<i>Figur 24: Boolske operatører</i>	54
<i>Figur 25: Hvor ofte ser respondenterne efter projekter?</i>	55
<i>Figur 26: Hvor ofte ser respondenterne efter opskrifter?</i>	55
<i>Figur 27: Mest valgte informationskilder baseret på antal svar</i>	57
<i>Figur 28: Generelle søgemaskiner versus skrevne kilder</i>	58

Figur 29: Brug af video til at lære nye teknikker	58
Figur 30: Hvor ofte ser respondenterne efter sources?	61
Figur 31: Billeders påvirkning på respondenternes projekter	64
Figur 32: Hvor ofte gør mine respondenter serendipitive fund på Ravelry?	64
Figur 33: Hvor ofte browser mine respondenter på Ravelry uden at se efter noget specielt?	64
Figur 34: Eksempel på link/billedsamling i patterns tab	65
Figur 35: Respondenternes brug af linksamling i yarns tab.	66
Figur 36: Respondenternes brug af linksamling i patterns tab.	66
Figur 37: Respondenternes brug af linksamling i people tab	66
Figur 38: Respondenter som ser efter brugere (people) på Ravelry	67
Figur 39: Respondenter som ser efter garn på Ravelry	67
Figur 40: I hvor høj grad påvirkes mine respondenter projekter af friends activity?	71
Figur 41: I hvor høj grad blev respondenternes projekter påvirket af andre brugere som giver dem et hjerte?	72
Figur 42: Sociale elementer som mine respondenter ser efter på Ravelry	75
Figur 43: I hvor høj grad påvirkes respondenterne af disse elementer knyttet til opskrifter?	76
Figur 44: I hvor høj grad påvirkes respondenterne af disse elementer knyttet til projekter?	79
Figur 45: Hvor ofte opdager mine respondenter ny information om en kilde?	79
Figur 46: I hvor høj grad påvirkes mine respondenter af rangering?	80
Figur 47: Antal respondenter som ser efter ikke-garnrelateret information på Ravelry	82
Figur 48: Hvilke andre emner ser mine respondenter efter på Ravelry?	82
Figur 49: I hvor høj grad er respondenterne enige i at der er for meget information på Ravelry?	89
Figur 50: My notebook er et vigtigt redskab til at holde styr på mine projekter?	91
Figur 51: Tilpasset diagram over fritidsaktiviteter	94
Figur 52: A revised model of information behaviour (Elsweiler et al. 2011, s. 228)	95
Figur 53: Udvidet Berrypicking model	97

## Tabeller

Tabel 1: Gruppering af spørgsmål	31
Tabel 2: Egenskaber for informanter	37

## 1 Indledning

Garnrelateret håndarbejde, som for eksempel strikning og hækling, er håndarbejdsformer som i generationer er blevet videreført fra kvinde til kvinde. Fra at være et nødvendigt håndværk, som skaffede tøj på kroppen, udviklede det sig til hovedsageligt at være en hobby. I min generation har vi alle sammen lært at strikke i skolen, og håndarbejde har været gennem flere faser med popularitet. I starten af 2000-tallet fik håndarbejde et nyt opsving. Denne gang som en del af DIY-bevægelsen. DIY (Do-It-Yourself) handler kort sagt om at skabe og modificere objekter med egne hænder, og er et begreb som har rodfæstet sig i løbet af de sidste ti år. Det at lave ting selv er selvfølgelig ikke noget nyt, men ifølge Kuznetsov & Paulos har *“the integration of social computing, online sharing tools, and other HCI collaboration technologies (...) facilitated a renewed interest and wider adoption of DIY cultures and practices”* (2010, s. 295). Der er altså opstået et samspil mellem teknologi og håndarbejde, som har bidraget til en større udbredelse af blandt andet garnrelateret håndarbejde.

Garnrelateret håndarbejde er ofte forbundet med en kreativ proces, som kræver både fysisk aktivitet og mestring, samt kundskab om metoder og materialer. I en håndarbejdsproces er det derfor naturligt at søge både information og inspiration.

Som barn af web 2.0, og udbredelsen af sociale og mobile teknologier, har Ravelry.com (Ravelry) kombineret information knyttet til garnrelateret håndarbejde med funktionalitet fra sociale netsteder. Ravelry (udateret) beskriver sig selv som følger:

*Ravelry is a place for knitters, crocheters, designers, spinners, weavers and dyers to keep track of their yarn, tools, project and pattern information, and look to others for ideas and inspiration. The content here is all user-driven; we as a community make the site what it is. Ravelry is a great place for you to keep notes about your projects, see what other people are making, find the perfect pattern and connect with people who love to play with yarn from all over the world in our forums.*

Jeg er i denne undersøgelse interesseret i at undersøge hvordan samspillet mellem håndarbejde, information og teknologi udspiller sig for Ravelrys brugere. Nærmere bestemt vil jeg undersøge brugernes informationsadfærd knyttet til Ravelry, og andre garnrelaterede kilder. Set i en større sammenhæng bidrager denne undersøgelse til et forholdsvis nyt, men voksende, forskningsfelt med fokus på informationsadfærd knyttet til fritidsaktiviteter. Mit udgangspunkt er i den sammenhæng garnrelateret håndarbejde som en seriøs fritidsaktivitet, og Ravelry som en støtte til den seriøse aktivitet. Der er ikke så meget forskning på informationsadfærd i en fritidssammenhæng endnu. Derfor vil min undersøgelse kunne



bidrage til dette forholdsvis nye forskningsfelt. Mine fund vil også kunne have en overføringsværdi til andre studier af informationsadfærd i en web 2.0-sammenhæng.

Jeg har i denne undersøgelse benyttet mig af teori om forskellige typer informationsadfærd, specielt med fokus på eksplorativ informationsadfærd (Bjørneborn 2008, 2010), Berrypicking (Bates 2005) og fritidsstudier (Stebbins 2007).

Jeg vil i det følgende præsentere baggrund og motivation for denne undersøgelse, efterfulgt af en nærmere beskrivelse af Ravelry. Efter det vil jeg gøre rede for min problemstilling og mine forskningsspørgsmål. I Kapitel 2 vil jeg skitsere mit teoretiske rammeværk. I Kapitel 3 beskriver jeg min metode, hvor jeg både har foretaget en spørgeundersøgelse og lavet kvalitative interviews. I Kapitel 4, analysen, går jeg igennem hvem mine respondenter og informanter er, målrettet informationsadfærd, eksplorativ informationsadfærd, social informationsadfærd samt Ravelrys påvirkning på brugernes kreative proces. I de to sidste analysekapitler vil jeg diskutere mine brugeres relation til både seriøs og uformel fritidsaktivitet, samt vurdere hvorvidt Berrypicking-modellen er beskrivende for brugernes informationsadfærd og foreslå en ny social Berrypicking-model. Kapitel 5 er opsummering og konklusion.

## **1.1 Baggrund og motivation**

Som mangeårigt medlem af Ravelry har jeg observeret hvordan min egen informationsadfærd har ændret sig efter jeg blev medlem, og i hvor høj grad jeg er blevet motiveret til at søge mere kundskab om min hobby. Fra at kopiere opskrifter fra bøger, og notere på kopien undervejs, arbejder jeg nu næsten udelukkende digitalt og bruger i høj grad gratis opskrifter. Jeg har adgang til fagteknisk information næsten uanset hvor jeg befinder mig, så længe jeg har en netforbindelse. Der sidder altid nogen klar til at forklare mig en hvilken som helst teknik, hvad enten det måtte være ved hjælp af video eller tekst. Jeg er sjældent i tvivl om hvad for noget garn det var jeg brugte til en eller anden hue, som jeg gav væk som gave for tre å siden, for det er registreret på Ravelry. Jeg ved også hvilke ændringer jeg lavede i forhold til opskriften på huen, for det har jeg registreret på Ravelry. Sidst men ikke mindst glemmer jeg aldrig hvordan den så ud, for jeg har lagt billeder ind på Ravelry. Jeg har strikket ting jeg aldrig troede jeg kunne lære mig at strikke, fordi jeg kan støtte mig til den kundskabsbase som Ravelry er bygget op omkring. Jeg blev derfor interesseret i hvordan andre brugere oplever Ravelry, og om deres informationsadfærd og kreative proces er blevet påvirket i lige så høj grad som min.

## 1.2 Om Ravelry

Ravelry er blevet beskrevet som ”*The best social network you've (probably) never heard of*” (Manjoo 2011). Ravelry voksede ud af blog-miljøet<sup>1</sup> i 2007, og opstod som et forsøg på at håndtere den voksende mængde information om *needlework* (herefter omtalt som garnrelateret håndarbejde) som er tilgængeligt på nettet. Skaberne af Ravelry er ægteparret Jessica (strikker) og Casey Forbes (programmør), men funktionaliteten er baseret på brugernes ønsker og behov.

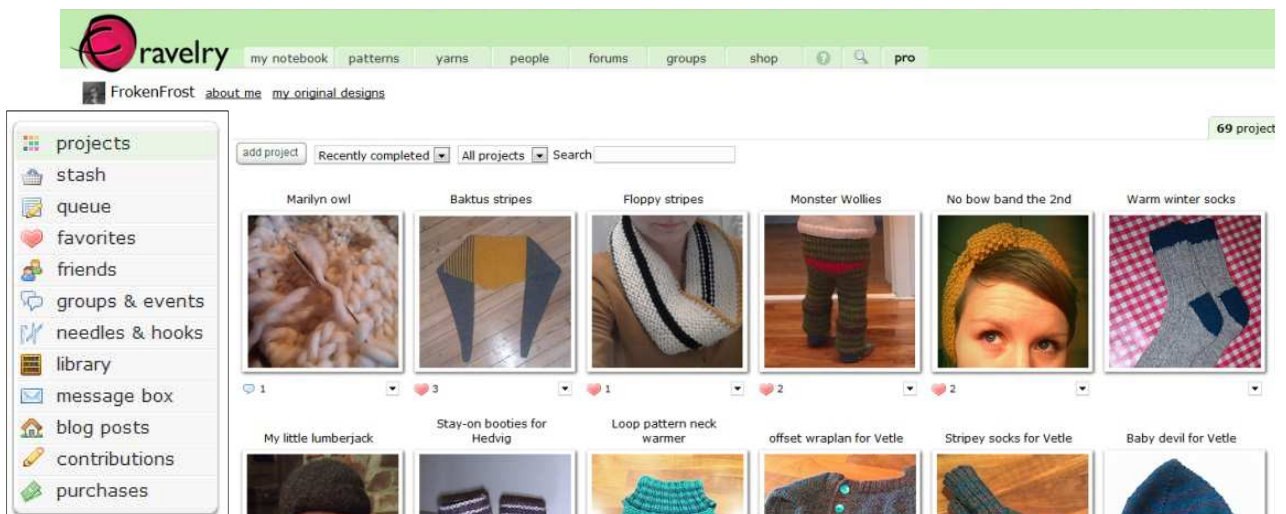
For at kunne benytte sig af Ravelry skal man have en gratis brugerprofil. I foråret 2012 (da jeg udførte min undersøgelse) havde netsamfundet over 2 millioner brugere (*Ravelers*) fra hele verden, og i marts 2013 voksede dette tal til 3 millioner. Omkring 4000 af disse befandt sig i Norge ved undersøgelsestidpunktet. Brugere på Ravelry har generelt stor magt, og frivillige redaktører og moderatører spiller en vigtig rolle for opretholdelsen af netsamfundet. Brugere har stor villighed til at bidrage til fællesskabet, på mange forskellige måder. På trods af at projektet startede i det små, er det vokset til et ganske omfattende sæt med funktioner. Al informationen på Ravelry er linket sammen, og ægteparret ligger vægt på at det skal være intuitivt og inkluderende at bruge Ravelry (Yknit 2008).

Ravelry har fire hovedfunktioner, som er linket sammen på et utal af måder (Bray 2009).

1. *My notebook*: Et værktøj til personlig organisering af projekter, garn, strikkepinde/hæklenåle, kilder som bøger og opskrifter etc. (jf. Figur 1).
2. *Pattern browser and advanced search*: En database over opskrifter, projekter, garn og andre ressourcer. Altså et research værktøj som giver brugere en samlet oversigt over mange forskellige typer ressourcer (jf. Figur 3).
3. Et socialt netværk med fora, grupper og venne-relaterede funktioner.
4. Et værktøj for små uafhængige designere til at vise deres arbejde frem.

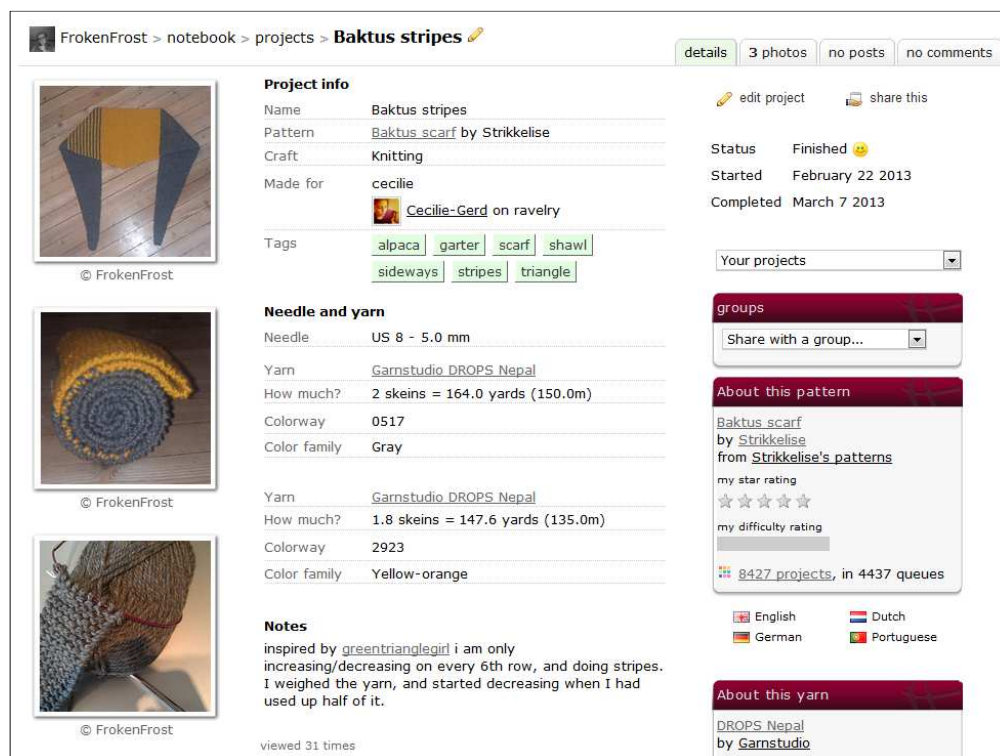
<sup>1</sup> <http://www.frecklegirl.com/blog/2005/04/12/knitters-help/>

Jeg vil i denne undersøgelse fokusere på de tre første hovedfunktioner, og måde de påvirker br uernes informationsadfærd.



Figur 1: My notebook

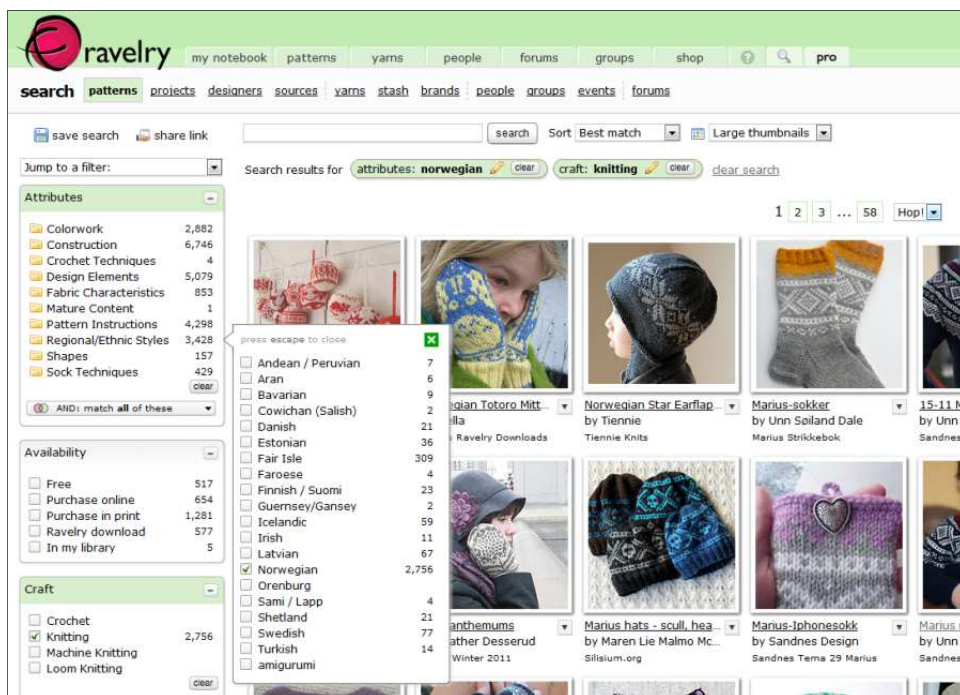
My notebook (jf. Figur 1) giver brugeren mulighed for organisering og projektstyring. Værktøjerne i my notebook gør det muligt for brugerne at registrere projekter, putte opskrifter i kø til fremtidige projekter, registrere sit udstyr og organiserer sit garnlager (stash). Alle projekter som registreres er åbne og søgbare for andre brugere, og indeholder gerne billeder, notater og link til opskriften og garnet som er brugt. Brugere kan tilføje tags til deres



Figur 2: Eksempel på et projekt på Ravelry

projekter, samt rangere den opskrift som er brugt og garnet de har brugt til projektet. Det er valgfrit hvor meget information man vælger at registrere om det enkelte projekt, men mulighederne er ganske omfattende (Jf. Figur 2).

*Pattern browser and advanced search* (jf. Figur 3) er en indgang til alle Ravelrys databaser, med mulighed for at søge på opskrifter, projekter, designere med mere. De har også en enkel



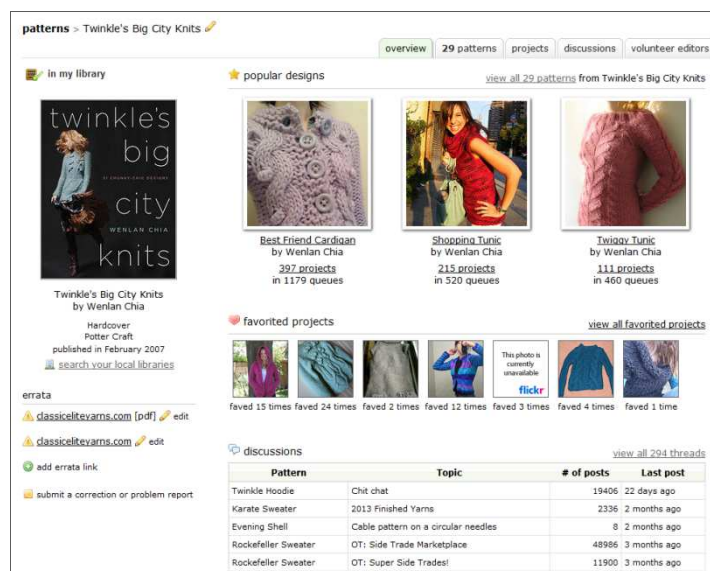
Figur 3: *Pattern browser and advanced search*

søgeindgang, men denne leder direkte til avanceret søg. Det avancerede søg er fasetteret ved hjælp af 33 filtre, og mulighed for at bruge boolske operatører. Filtrene kan sammenlignes med dem vi ser på Finn.no, men de er noget mere detaljerede. Filtrene kan desuden personaliseres, og du kan sammenligne opskrifter med *remember and compare*. Basen ved undersøgelsestidspunktet ca. 200 000 strikkeopskrifter og 74000 hæklopskrifter. Antallet af opskrifter i databasen er voksende. Disse er enten tilgængelige digitalt eller i trykte kilder, over 83000 af dem var gratis på undersøgelsestidspunktet. Nogle opskrifter hører hjemme i eksterne kilder, som bøger eller blogs. Andre opskrifter er tilgængelig som download på Ravelry.

Al information i *my notebook* er åbent tilgængeligt for alle brugere, og linket til eksisterende opskrifter, garn osv. i databasen. På undersøgelsestidspunktet var der registreret næsten 6,6 millioner projekter på Ravelry, og dette tal er pr. Marts 2013 vokset til 8,5 millioner. Hovedandelen af disse er linket op til opskrifter i databasen. Ifølge Tananbaum (2009) er det

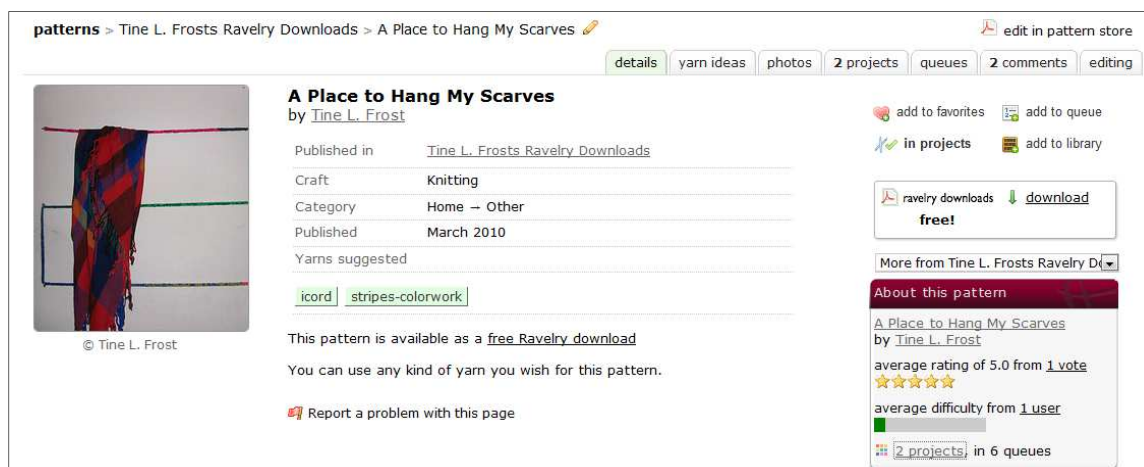
“(...) *the content of the notebooks, rather than the user profiles, that provide the backbone of Ravelry*“. Ravelry beskrives i Tananbaum (2009) også som en bibliografi, og sammenlignes med en citeringsbase hvor *“The pattern pages act like a citation count; some patterns have been ‘cited’ (made, photographed, modified) so often because they are reliable sources (...)”* (s. 85). Brugerne har i forbindelse med registrering af sine projekter, blandt andet, også mulighed for at rangere, have favoritter, tage, kommentere eller markere noter som hjælpsomme.

Kilder, som f.eks. strikkebøger, har en informationsside med metadata på Ravelry – tilsvarende en katalogpost (jf. Figur 5). Fra informationssiden linkes kilderne til *patterns*, *projects* og *discussions*. Derudover indeholder siden *notes*, information om eventuelle *Errata*, en liste over andre kilder fra samme udgiver, samt mulighed for at lokalisere bogen



Figur 5: eksempel på informationsside for en kilde

enten på biblioteket eller i en netbutik. Den enkelte opskrift har en informationsside med basis information som designer, hvor den er publiceret, garn, pindestørrelse osv. Derudover har man adgang til *yarn ideas*, *projects*, *queues* (hvem som planlægger at strikke det), *blogposts*, *comments*, *forum posts* og *editing* baseret på brugernes aktivitet tilknyttet opskriften.



Figur 4: eksempel på en gratis opskrift

En stor del af det brugergenererede materiale er organiseret i over 28 000 grupper og fora. Gruppe-samtaler er søgbare i databasen, og knyttes også til kilder, opskrifter og projekter. En forholdsvis ny tilføjelse til Ravelr, er at de har en API<sup>2</sup>. Det har blandt andet resulteret i op til flere mobil-app's<sup>3</sup>, som gør det enklere at bruge Ravelry på mobiltelefon eller tavlecomputer.

### **1.3 Problemstilling og forskningsspørgsmål**

Baseret på min interesse for Ravelry-brugeres informationsadfærd, har jeg formuleret følgende problemstilling og forskningsspørgsmål:

#### **Problemstilling:**

Hvilke typer informationsadfærd kan identificeres blandt Ravelry's brugere?

#### **Forskningsspørgsmål:**

- Hvilken rolle spiller de sociale funktioner på Ravelry for informationsadfærden?
- Hvordan påvirker Ravelry brugernes kreative proces?
- Hvilke funktioner på Ravelry er informationsadfærden knyttet til?

<sup>2</sup> API er acronym for Application Programming Interface, og kan beskrives kort som et programmeringsgrænseflade.

<sup>3</sup> En app er et program, i dette tilfælde tilpasset mobile enheder

## 2 Forskning og teori

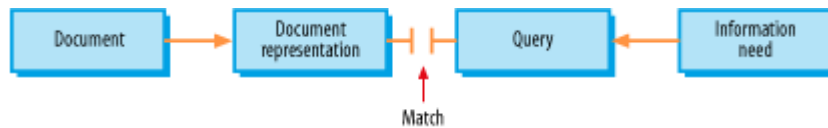
I dette kapitel vil jeg først præsentere generel teori om forskellige typer informationsadfærd, med fokus på målrettet, eksplorativ og social informationsadfærd. Mine data gjorde imidlertid i nogen grad modstand mod det man kan kalde ”traditionelle” modeller for informationsadfærd. Siden Brugerne af Ravelry i høj grad beskæftiger sig med garnrelateret håndarbejde som en fritidsaktivitet, har jeg derfor også søgt mulige forklaringsmodeller inden for fritidsstudier. Til sidst vil jeg gøre rede for tidligere forskning relateret til *leisure studies* (fritidsstudier), Ravelry og for garnrelateret håndarbejde.

### 2.1 Teoretisk rammeværk

Informationsadfærd undersøges både inden for psykologi, marketing, helsekommunikationsforskning og selvfølgelig inden for informationsvidenskab. Jeg vil i dette kapitel belyse udvalgte teorier om forskellige typer informationsadfærd som er interessante for min undersøgelse. Jeg vil redegøre for centrale begreber som konvergent og divergent søgeadfærd, serendipitet, *browsing* og *Berrypicking*. Siden Ravelry kan defineres som et socialt netsted, vil jeg også kort opsummere forskellige typer sociale netsteder og hvor Ravelry passer ind i forhold til eksisterende definitioner. Sidste, men ikke mindst, vil jeg komme ind forskningsfeltet fritidsstudier, specielt med fokus på informationsadfærd i forbindelse med fritidsaktiviteter. Dette fordi Ravelry rekrutterer brugere på baggrund af deres interesse for garnrelateret håndarbejde, som for de fleste hovedsageligt er en fritidsaktivitet. Dette vil til sammen danne et forholdsvis bredt teoretisk rammeværk for min undersøgelse.

#### 2.1.1 Informationsadfærd

I følgende kapitel vil jeg gøre rede for min forståelse af begrebet informationsadfærd, og give en kort oversigt over relaterede forskningsfelter og begreber. Forskning på informationsadfærd er relateret til klassisk *Information Retrieval* (IR), hvor simulerede søgesituationer dominerede forskningsfeltet. Ingen faktiske brugere var involveret i forskningen, og man tog udgangspunkt i et det enkelte informationssystem. I den klassiske IR-model (Jf. Figur 6) tester man gerne et konstrueret informationsbehov, og et kendt sæt med dokumenter som besvarer dette behov. Systemet testes ud fra i hvor høj grad det finder de relevante dokumenter. Der findes selvfølgelig variationer over denne model, og med tiden fik også IR en mere brugerorienteret variant med indflydelse fra blandt andet *information-seeking-research* (Järvelin 2003). Forskning på informationsadfærd fokuserer i højere grad



Figur 6: Klassisk information retrieval model (Fra: Morville 2005 s. 59 )

end IR på brugeren og den faktiske informations-situation. Fokuset på forhåndsbestemt facit og enkeltstående informationssystemer er også begrænset.

I min undersøgelse af informationsadfærd blandt brugere af Ravelry søger jeg netop at forstå brugernes forhold til information, specielt information knyttet til brug af Ravelry eller garnrelateret håndarbejde. Min interesse for information er todelt, fordi den på den ene side knytter sig til al informationsadfærd som finder sted på Ravelry, uafhængigt af hvilken type information der er snak om. På den anden side er jeg også interesseret i Ravelry-brugernes interaktion med information knyttet til garnrelateret håndarbejde uden for Ravelry.

Historien om informationsadfærd er broget, og bevæger sig over en tidsperiode på over 60 år. Terminologien har udviklet sig undervejs, og ikke mindst har teknologien og informationsmængden udviklet sig. Informationsadfærd er ikke bare informationsadfærd, og forskningsfeltet spænder over begreber som *use studies* over *Information-seeking behaviour* Bates (2010). *Information-seeking behaviour* hænger tæt sammen med udtrykket *information needs*. Det forudsættes altså at undersøgelsesobjektet har et konkret informationsbehov, som de ved hjælp af *information-seeking behaviour* søger at dække (Ellis 2003). Denne definition af informationsadfærd bliver for smal til min undersøgelse, fordi jeg også er interesseret i informationsadfærd som ikke involverer veldefinerede informationsbehov.

En overvældende mængde modeller er udviklet i et forsøg på at kortlægge informationsadfærden, men fælles for disse er at de ofte tager udgangspunkt i en arbejdssituation og et forholdsvis målrettet informationsbehov. Dette er ikke altid tilfældet når det gælder fritidsrelateret informationsadfærd, som jeg vil komme tilbage til senere i kapitel 2.1.3.1. Savolainen argumenterede i 2007 for at man inden for kvalitative studier af informationsadfærd hellere skulle bruge termen *information practice*.

*The concepts of information behaviour and information practice both seem to refer to the ways in which people 'deal with information'. The major difference is that within the discourse on information behaviour, the 'dealing with information' is primarily seen to be triggered by needs and motives, while the discourse on information practice accentuates the continuity and habitualization of activities affected and shaped by social and cultural factors (...)* (Savolainen 2007, s. 126)

Dette er et vigtigt og interessant perspektiv for min undersøgelse, fordi brugerne af Ravelry er en del af en socio-kulturel sammenhæng som sandsynligvis har indflydelse på deres informationsadfærd. En anden teoretisk retning som Savolainen har bidraget med er *Everyday*



*Life Information Seeking* (ELIS), som blandt andet sætter fokus på forholdet mellem arbejde og fritid (Savolainen 2005). ELIS modellen er blevet brugt af blandt andre Prigoda & McKenzie (2007) og Torrey, Churchill & McDonald (2009), som jeg vil komme nærmere ind på i kapitel 2.1.3.2 og 2.2.

ELIS bygger på en forståelse af at sociale og kulturelle faktorer spiller en rolle i informationsadfærden. Savolainen har baseret sine studier på interviews, og har derfor fokus på brugerne hellere end systemet. Central for modellen er *way of life*, som skal give en bred kontekst for undersøgelse af individuelle såvel som sociale faktorer som påvirker informationsadfærden. Et andet fokuspunkt i ELIS-rammeverket er *mastery of life*, som kort sagt handler om at holde orden på sit liv blandt andet ved hjælp af problemløsning. Selvom fritid og hobbyer har sin plads i modellen, er der altså et fokus på problemløsning og *information-seeking*. Det betyder at mindre målrettede typer informationsadfærd ikke nødvendigvis favnes af modellen. Derfor har jeg valgt ikke at bruge ELIS-modellen i min undersøgelse. Jeg vil komme nærmere ind på ELIS, og forholdet til fritidsstudier i kapitel 2.1.3.1.

Informationsadfærd er altså ikke bare informationsadfærd, og forskningsfeltet har udviklet og forgrenet sig gennem årene. I dette kapitel har jeg bevæget mig fra IR til informationsadfærd, via blandt andet *information-seeking behaviour*, *information processing* og ELIS-rammeverket. Fisher og Julien (2009) har imidlertid en definition af informationsadfærd som jeg synes favner de forskellige aspekter ved informationsadfærd på en måde som er frugtbar for min undersøgelse:

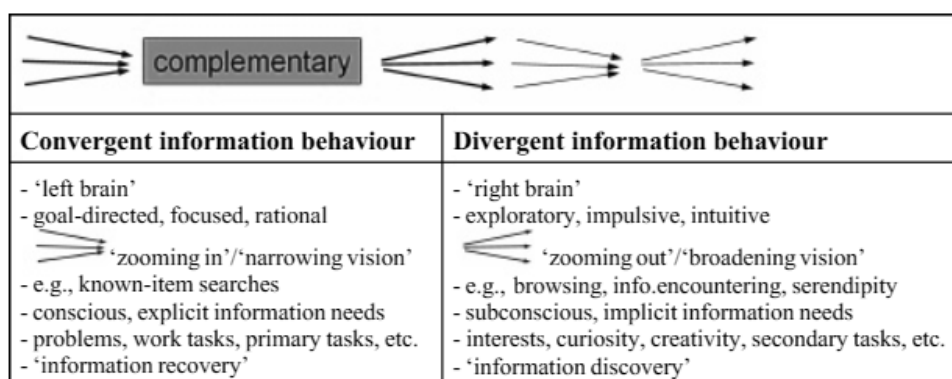
*Information behaviour focuses on people's information needs; on how they seek, manage, give, and use information, both purposefully and passively, in the varied roles that comprise their everyday life. (s. 317)*

Med denne definition af informationsadfærd er fokus på brugeren. Den begrænser sig ikke til bevidst informationssøgeadfærd, men giver også rum til mere tilfældige former for informationsadfærd. Sidste men ikke mindst har de et fokus på *everyday life*, og dækker dermed både informationsadfærd i forbindelse med arbejde og fritid. Jeg vil i næste kapitel komme nærmere ind på hvilke forskellige former for informationsadfærd jeg kan forvente at finde med denne forholdsvist brede definition af begrebet.

### 2.1.1.1 Målrettet eller eksplorativ informationsadfærd

Man kan groft inddele informationsadfærd i to retninger, nemlig målrettet eller eksplorativ informationsadfærd. Målrettet informationsadfærd er konvergent, rationel og fokuseret i modsætning til eksplorativ informationsadfærd som gerne er divergent, intuitiv og impulsiv. Målrettet informationsadfærd er gerne den som understøttes bedst i traditionelle informationssystemer, ved hjælp af klassifikation, indeksering, katalogisering og boolske søg. Målrettet informationsadfærd ser man gerne knyttet til arbejdsopgaver eller problemløsning (Jf. Figur 7) En anden måde at se det på er at man zoomer ind, og begrænser sit interesseområde.

Ford (1999) påpeger at der også er behov for divergent informationsbehandling i informationssystemer, og at dette kan opnås ved at stimulere kreativ, eksplorativ tænkning hos brugerne. Bjørneborn (2010) knytter videre divergent (eksplorativ) informationsadfærd til blandt andet interesser, nysgerrighed, kreativitet, fornøjelse og ubevidste informationsbehov (Jf. Figur 7). I modsætning til den målrettede informationsadfærd, så zoomer man ud og udvider sit interesseområde.



Figur 7: Ideal-type aspects of convergent and divergent information behaviour (Bjørneborn 2010, s. 145)

Målrettet og eksplorativ informationsadfærd udelukker imidlertid ikke nødvendigvis hinanden. Bjørneborn (2010) påpeger at ”*Convergent behaviour may thus identify central information that function as points of departure for exploratory and divergent informationbehaviour. Reversely, unplanned findings may lead to a need for more focused and convergent search strategies*” (s. 145). Jeg er i min undersøgelse interesseret i både målrettet og eksplorativ informationsadfærd, og vil i det følgende imidlertid gå lidt mere i dybden med forskellige typer eksplorativ informationsadfærd. Dette er et område som er af speciel relevans for fritidsrelateret informationsadfærd (Jf. kapitel 2.2.4.1).

Eksempler på eksplorativ informationsadfærd er *browsing* og serendipitet. Begrebet serendipitet har sit ophav i eventyret om de tre prinser fra serendip, som gør nye opdagelser mens de egentlig er optaget af noget andet. Serendipitet knyttes især til naturvidenskabelige opdagelser som penicillin og antabus, men bruges inden for et bredt spekter af fagområder. Der findes flere definitioner på serendipitet, men jeg vil tage udgangspunkt i en definition hvor serendipitet er "(...) *det at man, når man er årvågen gennem verden, får uventede informationer*" (Friis-Hansen et al. 1996, s.118). Denne definition indebærer både elementer af tilfældighed og årvågenhed.

Mckeen har blandt andet udtrykt bekymring for at teknologi kan vanskeliggøre serendipitive fund. Søgning i online bibliotekskataloger er blevet beskrevet som "(..) *efficient, but dull. You miss the time-consuming but enriching act of looking through shelves(...)*" (2006). Thompson argumenterer imidlertid med at "*On the web, every link and every page of search results can lead to the same sort of serendipitous discoveries that used to be the province of library shelves or conversations in musty common rooms*" (2006, kap. 2). Her står de traditionelle informationssystemer altså i modsætning det nettet, hvor linkstrukturen er en af de ting som gør serendipitive fund muligt. Det er en interessant betragtning, fordi Ravelry på mange måder kombinerer et traditionelt målrettet informationssystem med en kompleks linkstruktur, samtidig som det linker ud fra deres eget "lukkede system" til resten af nettet såvel som den fysiske verden.

I Björneborns undersøgelse af biblioteket som mulighedsrum for inspiration og serendipitet, bliver der stillet centrale spørgsmål som "*What did they **intend** to find? What did they **actually** find? **How** did they find it?*" (Björneborn 2010, s. 146, min udhævning). Spørgsmål som jeg også har udforsket i min interviewundersøgelse. Videre ser han på biblioteker som "*integrative interfaces across physical, digital, and social affordances – and with users that mix and switch between convergent (goal-directed) and divergent (exploratory) information behaviour*" (2010, s. 143). Det vil sige at selvom Björneborns undersøgelse fandt sted i det fysiske biblioteksrum, så begrænser den serendipitive adfærd sig ikke nødvendigvis til det. Min undersøgelse bevæger sig også på tværs af det digitale og det fysiske. Ravelry er i udgangspunktet digitalt, men linker ud over sine egne grænser og ind i det fysiske miljø. Björneborn har identificeret ti serendipitetsfaktorer som kan øge mulighederne for serendipitiv adfærd (Jf. Figur 8), og de fleste af disse vil kunne overføres til et digitalt miljø.

Serendipitetsfaktor	Forklaring
Uhindret adgang	Brugernes uhindrede, direkte adgang til informationsressourcer
Diversitet	Rig mangfoldighed af emner, materialer, genrer, medier, personer, aktiviteter og rum
Eksponering	Nysgerrighedsskabende formidling af informationsressourcer
Kontraster	Iøjnefaldende differentiering med blikfang og variation i formidlingen; inkl. 'stille'-zoner og eksponeringszoner
Markører	Tydelig skiltning, oversigtskort, henvisninger og andre rum-markører kan trigge brugeres interessesfære
Uperfekte sprækker	Biblioteket accepterer en vis grad af personale- eller brugerskabt rod
Krydskontakter	Kontaktflader på tværs af emner, materialer, genrer, medier, personer, aktiviteter og rum
'Multi-reachability'	Mange adgangsveje som brugerne kan vælge gennem biblioteket, hvorved uplanlagte materialer kan opdages undervejs
'Explorability'	Indretning indbyder til udforskning, bevægelse og græsning
'Stopability'	Indretning indbyder til at standse op, røre ved materialer, fordybe sig, sætte sig og relevansbedømme materialer, inkl. uplanlagte fund.

Figur 8: 10 faktorer i det fysiske bibliotek, der kan stimulere serendipitet (Bjørneborn 2008, s. 51)

Den anden type eksplorative adfærd som jeg har nævnt over er browsing. Browsing eksisterer både i det fysiske og digitale miljøer, som databaser og internet. Browsing er inden for bibliotek- og informationsvidenskab blevet undersøgt blandt andet med udgangspunkt i *behavioural science* (Bates 2007). Bates definerer først og fremmest to forskellige typer informationsbehov. Der er de ting du ved du ikke ved, og så er der de ting som du ikke ved at du ikke ved. Browsing giver, ifølge Bates, “*an alternative strategy for locating information of the first kind and may provide one of the crucial ways for information of the second kind to be encountered*” (Bates, Introduction).

Browsing består, ifølge Bates, altså af af 4 elementer: 1) *Glimpsing a field of vision*, 2) *Selecting og sampling a physical or informational object within the field of vision*, 3) *examining the object*, 4) *acquiring the object (conceptually or physically) or abandoning it* (Bates, The proposed definition). Browsing er med andre ord en visuel aktivitet, og informationssystemer som vil facilitere browsing bør ifølge Bates indeholde scenarier fyldt med potentielle objekter af interesse. Lange lister med tekst eller thumbnails er bedre end ingenting, men det er ikke tilstrækkeligt.

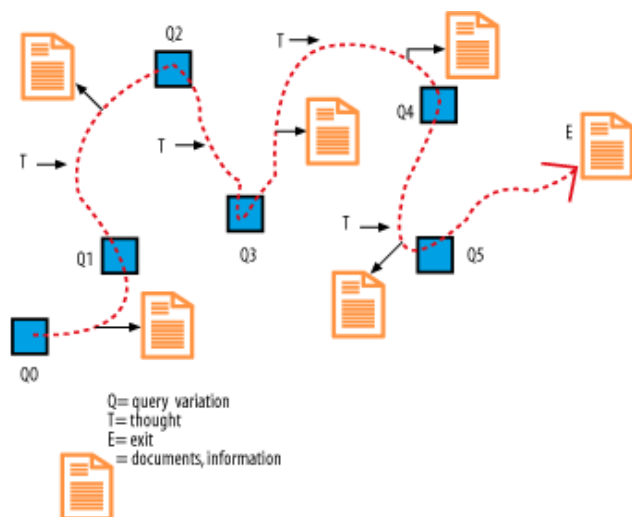
Informationsadfærd kan altså deles op i målrettet eller eksplorativ informationsadfærd, og eksplorativ informationsadfærd kan komme til udtryk enten i form af for eksempel serendipitive fund eller browsing. Eksplorativ, browsende informationsadfærd kan lede til serendipitive fund, og Bates udtrykker det malende:

*Information seeking is, after all, about finding out things that one does not know before the search begins. Therefore, uncertainty always accompanies the process to a greater or*

lesser degree. Sometimes it is possible to specify the information need very closely— "What was the population of Turkey in 1960?"— but other times specification in advance is impossible, as when the ugly duckling was surprised to discover serendipitously that he was actually a swan. (Bates, Introduction)

### 2.1.1.2 Berrypicking

Som en reaktion på fokuset på måletrettet informationsadfærd, udviklede Bates i 1980'erne *Berrypicking-modellen* (Jf Figur 9) med fokus på brugernes faktiske informationsadfærd. Navnet på modellen henspiller på at man samler lidt information her og lidt information der, ligesom når man plukker bær i skoven. Modellen består af elementerne *query variation*, *thought*, *documents/information* og *exit*. Brugeren går altså igennem en serie af forskellige søg, tanker og dokumenter før de forlader informationsprocessen.



Figur 9: Berrypicking model (fra: Morville 2005, s. 60)

Modellen skiller sig, ifølge Bates (2005), fra en traditionel IR-søgemodel på 4 forskellige måder:

1. En *query* ændrer og udvikler sig mens man søger. Det er ikke kun søgetermen som ændrer sig, men også kilder og informationsbehovet i sig selv.
2. Søgeprocessen afsluttes ikke med et enkelt *retrieval set*, men af en serie udvalg af individuelle referencer og små stykker information ved hvert stadie af et søg i evig ændring.
3. Brugerne har et bredt udvalg af søgeteknikker og kilder, og begrænser sig ikke til enkelte databaser. Hun nævner *subject searching*, *footnote chasing*, *citation searching*, *journal run*, *area scanning* og *author searching*, men også andre teknikker er aktuelle.
4. Domænet som udforskes er derfor meget større end bare bibliografiske databaser, og brugeren bevæger sig fra kilde til kilde, teknik efter teknik som når man plukker blåbær i skoven.

Berrypicking-modellen beskriver en hel informationssøgeproces, og browsing eller serendipitive fund kan være en del af strategierne som bruges undervejs. Pointen er at man i en informations-søge-situation vil bevæge sig frem og tilbage mellem kilder, ændrer sit søg, og måske ændrer informationsbehov undervejs. Brugeren bevæger sig flydende mellem søge og browse-stadier hvor de støtter sig til et udvalg af strategier (Morville 2005).

*"In short, Bates described information seeking behaviour on today's Web, back in 1989. Google relies on the citations we call "inbound links". Blogs support "backward chaining" through TrackBack. Flickr and del.icio.us allow us to pivot on subject or author. The Web allows our information seeking to grow more iterative and interactive with each innovation. the berrypicking model is more relevant today than ever" (Morville 2005, s. 59-60).*

Bates har i sine studier taget udgangspunkt informationsadfærd i en akademisk sammenhæng, og det kommer blandt andet til udtryk i hendes eksempler på søgekilder. Man kan vælge at tolke søgekilder og dokumenttyper lidt bredere, som for eksempel Morville har gjort det i citatet over. Jeg vil i min analyse undersøge hvorvidt Berrypicking-modellen kan bruges til at beskrive informationsadfærd i en fritidssammenhæng.

### **2.1.2 Social informationsadfærd**

Forskning på forskellige typer informationsadfærd har traditionelt set fokuseret på informations-søg som en ensom aktivitet. Når jeg skal undersøge informationsadfærden på Ravelry er det imidlertid ikke til at stikke under en stol at Ravelry er et socialt netsted, og at en del af informationsadfærden derfor vil være knyttet til noget socialt. Pustylnick (2011c) baserer sig i sin undersøgelse af Ravelry på teori om *social network sites* (sociale netsteder), og deler dem ind i fire forskellige typer. Rene sociale netsteder, som for eksempel Facebook<sup>4</sup>, har som hovedformål at formidle kontakt mellem medlemmerne, og forbinde dem i et netværk. Grupperede sociale netsteder, som for eksempel Ravelry og LinkedIn<sup>5</sup>, forbinder brugerne baseret på deres tilhørsforhold til en virksomhed eller en gruppe Denne type sider rekrutterer for eksempel brugere baseret på deres hobbyer, eller deres profession. Indholdsbaseerede sociale netsteder, som for eksempel Youtube, giver brugerne mulighed for at dele for eksempel video, samt kommentere og abonnere på indhold. *Broadcast* sociale netsteder er den sidste type sociale netsteder som Pustylnick nævner, hvor fokus er at udsende indhold som kan være af interesse for abonnenter og følgere. Twitter er et eksempel på *Broadcast* sociale netsteder. Som socialt netsted hører Ravelry altså hjemme blandt Grupperede sociale netsteder, og har brugernes tilhørsforhold til en hobby som grundlag. Jeg er imidlertid interesseret i hvilke konsekvenser dette har for informationsadfærden, og dermed blandt andet søgemulighederne på netsiden.

Evans og Chi (2008) har undersøgt hvilken rolle sociale interaktioner spiller i søgeprocessen og benytter sig af teori om *Social search* (socialt søg). De definerer socialt søg som "*an umbrella term used to describe search acts that make use of social interactions with others.*

<sup>4</sup> <http://www.facebook.com>

<sup>5</sup> <http://www.linkedin.com/>

*These interactions may be explicit or implicit, co-located or remote, synchronous or asynchronous*” (s. 485). Chi (2009) skelner i sin artikel om socialt søg mellem to forskellige typer sociale søgesystemer. På den ene side er der *social answering systems*, altså systemer hvor man kan stille spørgsmål og få et svar. Diskussionsfora, chat eller sociale netværk, som Facebook, bruges for at findes svar på spørgsmål som er vanskelige at finde svar på i traditionelle *keyword-based* systemer. Ravelry kan med sine diskussionsfora og -grupper, samt mulighed for at kommentere og sende meddelelser kaldes et *social answering system*.

På den anden side beskriver Chi *social feedback systems*, en type sociale søgesystemer hvor sociale data bruges til at rangere søgeresultater. De sociale data kan være enten implicitte eller eksplicitte. Det vil sige at man enten tager udgangspunkt i eksempelvis brugerlogs til implicit at give brugerne social feedback, eller at man eksplicit beder brugerne om at bidrage med for eksempel *rating* eller *tags*. Jeg har ikke haft adgang til dokumentation vedrørende i hvor høj grad Ravelry benytter sig af implicit social feedback, men sorteringsmuligheder *hot right now* og *most popular* indikerer at de hvert fald i nogen grad benytter sig af det. Ravelry har imidlertid rig mulighed for at rangere, tage, vælge favoritter med mere, og de benytter sig derfor i høj grad af eksplicit social feedback.

Ravelry hører altså hjemme i kategorien grupperet socialt netsted, og har fokus på brugernes hobbyaktivitet. Med hensyn til social søg kan Ravelry betegnes som en hybrid af de to systemtyper som Chi (2009) beskriver, fordi det indeholder elementer fra både *social answering systems* og *Social feedback systems*. Dermed er det sandsynligt at Ravelry giver brugerne rig mulighed for social informationsadfærd. Jeg vil fremover bruge termen socialt netsted om Ravelry, men som det fremgår af kapitel 3.1.1 har jeg i spørgeundersøgelsen brugt den lidt bredere betegnelse *online community*. Ravelry ville ikke have eksisteret hvis ikke det havde været for brugernes interesse i deres hobby. Jeg vil i næste kapitel sætte fokus på fritidsaktiviteter og hobbyer.

### **2.1.3 Fritidsstudier**

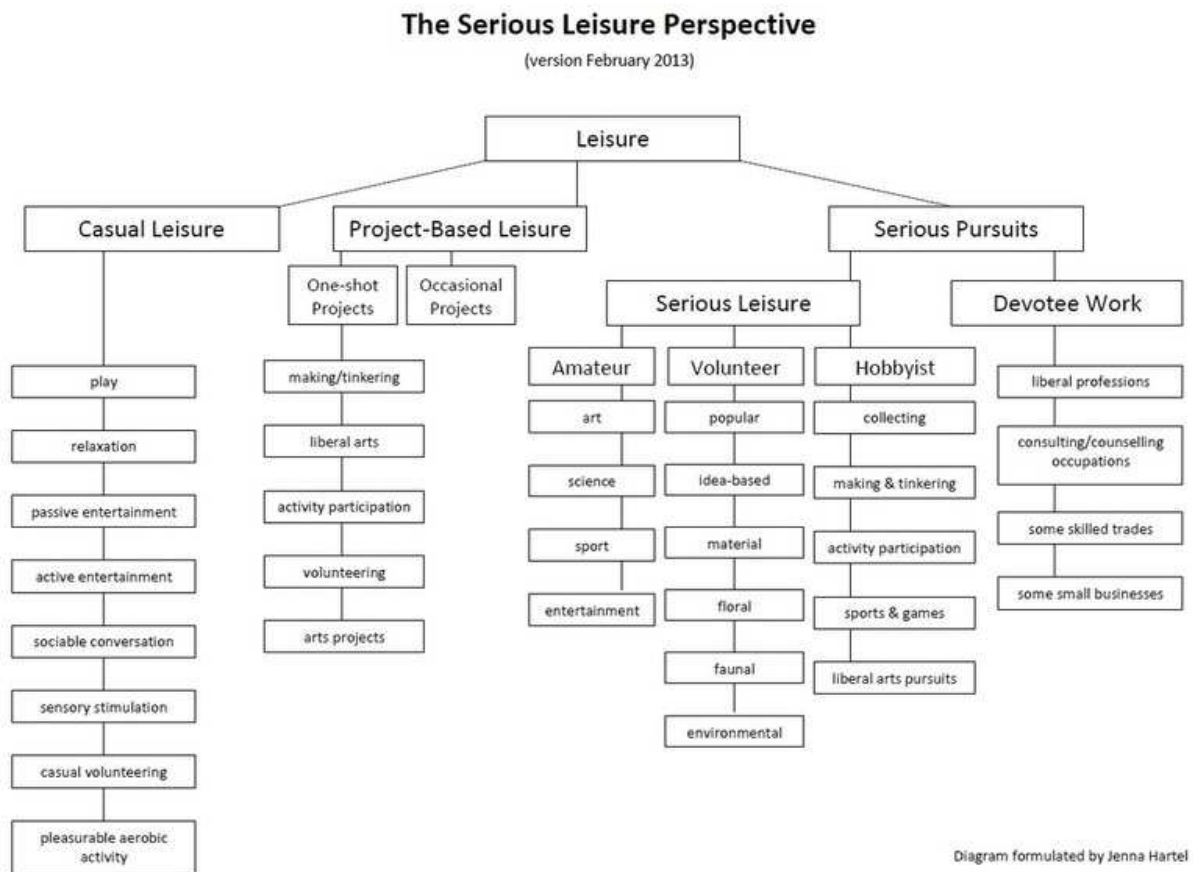
*The Serious Leisure Framework* (herefter omtalt som fritidsstudier), er et teoretisk rammeværk som udsprang i 1970'erne, med sociolog Richard A. Stebbins som frontperson (*The Serious Leisure Perspective*<sup>6</sup>, udateret). Stebbins første publikation om emnet kom i 1982 (Stebbins 1982), og siden har han udgivet 24 bøger og et utal artikler om de forskellige aspekter ved fritidsstudier. En anden central bidragsyder til feltet er Jenna Hartel (Hartel,

<sup>6</sup> <http://www.seriousleisure.net/biography-of-robert-a-stebbins.html>

udateret), som kombinerer fritidsstudier med sin baggrund inden for informationsvidenskab. Det vil jeg vende tilbage til i kapitel 2.1.3.1. Hartel og Stebbins samarbejder om netstedet [www.seriousleisure.net](http://www.seriousleisure.net), som skal samle ressourcer knyttet til fritidsstudier. Her definerer de *Leisure* på følgende måde:

*“Leisure is defined in the SLP as un-coerced, contextually framed activity engaged in during free time, which people want to do and, using their abilities and resources, actually do in either a satisfying or a fulfilling way (or both)” (The Serious Leisure Perspective<sup>7</sup>, udateret).*

Teorien har udviklet sig gennem årene, fra at fokusere hovedsageligt på seriøse fritidsaktiviteter til at være et tredelt rammeværk med *Casual Leisure* (uformal fritidsaktivitet), *Project-Based Leisure* (projektbaseret fritidsaktivitet) og *Serious Leisure* (seriøs fritidsaktivitet) som hovedkomponenter.



**Figur 10: The serious leisure Perspective diagram (The Serious Leisure Perspective Website, 2013).**

Hartel har udviklet et illustrativt diagram (Jf. Figur 10), som kategoriserer de tre forskellige typer fritidsaktiviteter. Seriøs fritidsaktivitet er i dette diagram underordnet *Serious Pursuits*. Dette er en nylig raffinering af rammeværket (Stebbins 2004). Jeg vil først definere seriøs

<sup>7</sup> <http://www.seriousleisure.net/historystebbins-bio.html>



fritidsaktivitet, fordi det er den del af rammeværket som opstod først, og som er undersøgt med størst dybde. I Hartels diagram ser man at de seriøse fritidsaktiviteter deles i tre grene, nemlig *amateur* (amatør), *voluteer* (frivillig) og *hobbyist* (hobbyudøver). Amatørene spiller for eksempel tennis, de frivillige bidrager måske til et suppekøkken og hobbyudøverne er tilknyttet aktiviteter som myntsamling eller strikning.

Seriøs fritidsaktivitet har, ifølge Stebbins (2007), seks særlige kvaliteter:

- 1) Det kan kræve evne til at *holde ud*, for eksempel ved at støtte sit sportshold gennem en dårlig sæson. Det giver en positiv fornemmelse hos deltagerne at vedstå sin aktivitet i tykt og tyndt.
- 2) Udøverne har en form for *fritidskarriere*, som er formet af sine egne specielle "*contingencies, turning points and stages of achievement or involvement*" (s. 11).
- 3) Det kræver betydelig personlig *indsats*, med brug af specialkundskab, uddannelse, erfaring og færdigheder.
- 4) Seriøs fritidsaktivitet har 8 *fordele* eller udfald, nemlig *self-actualization, self-enrichment, self-expression, regeneration or renewal of self, feelings of accomplishment, enhancement of self-image, social interaction and belongingness* og *lasting physical products of the activity*.

Stebbins nævner også *self-gratification* som et muligt udfald ved seriøse fritidsaktiviteter, og viser til at dette også er en af fordelene ved uformel fritidsaktivitet (Jf. afsnit under).

- 5) Deltagerne er en del af en social verden med et *unikt værdisæt*.

Stebbins benytter sig her af Unruhs (1979, som gengivet i Stebbins 2007 s. 12) teori om *social worlds*, som betegner en diffus socialt organiseret enhed. Den kendetegnes ved frivillig deltagelse, og frihed til at træde ind eller ud af den. Sociale verdener holdes hovedsageligt sammen af semiformal kommunikation, sjældent i form af ansigt-til-ansigt kommunikation. Eksempler på kommunikationstyper er nyhedsbreve, tv-bekendtgørelser og Internet. Internet fremhæves af Stebbins som en kommunikationskilde som kan blive specielt populær i fremtiden, og det kan det jo se ud som om at han havde ret i.

- 6) Deltagerne *identificerer* sig i høj grad med seriøse fritidsaktiviteter på en måde som ikke ser ud til at være tilfældet med uformelle fritidsaktiviteter. Dette er blandt andet fordi uformelle fritidsaktiviteter ofte er for flygtige til at deltagerne finder en karakteristisk identitet.

Seriøs fritidsaktivitet kendetegnes altså ved at deltagerne har en form for fritidskarriere, som er interessant, væsentlig, givende og identitetsskabende. Aktiviteten kan kræve udholdenhed, systematisk tilnærming, specielle færdigheder, viden og erfaring.

Uformel fritidsaktivitet eksemplificeres i Hartels diagram (Jf. Figur 10) ved aktiviteter som afslapning, social samtale eller at blive underholdt. Oprindeligt blev uformel fritidsaktivitet defineret hovedsageligt som et modstykke til seriøs fritidsaktivitet, og blev ikke viet nævneværdig interesse (Stebbins 1982). Efterhånden er det imidlertid blevet taget med i rammeværket, og undersøgt nærmere. Stebbins (2007) forklarer dette med at "(...) *casual leisure is an important form of leisure in itself and, for that reason alone, should be conceptually clarified and elaborated*" (s. 38). I kontrast til seriøs fritidsaktivitet tilbyder uformel fritidsaktivitet ikke nogen form for karriere, men kendetegnes ved at være en behagelig kortvarig aktivitet som er umiddelbart tilfredsstillende og som i mindre grad kræver specielle færdigheder. Fælles for alle otte typer uformel aktivitet i modellen, er at de giver deltagerne fornøjelse eller nydelse. Dette sætter Stebbins i kontrast til seriøs fritidsaktivitet som giver udøverne *fulfilment* og *rewardingness*.

Stebbins har identificeret fem fordele eller udfald ved uformel fritidsaktivitet:

- 1) Det første udfald er *kreativitet og opdagelse*. Han linker i denne sammenhæng uformel aktivitet sammen med serendipitet. Han siger at "*In casual leisure, as elsewhere, serendipity can lead to highly varied results, including a new understanding of a home gadget or government policy*" (s. 41).
- 2) Et andet muligt udfald er *edutainment*, som altså er en sammentrækning af ordene *education* og *entertainment*. Via medier som computerspil og populære bøger, eller ved at besøge for eksempel museer, lærer deltagerne uforvarende noget om verden. De bliver dermed både underholdt og oplyst.
- 3) En tredje fordel kan være *regenerering og rekreation*, sandsynligvis i endnu højere grad end seriøs fritidsaktivitet. Dette fordi uformel fritidsaktivitet er mindre intens end nogen former for seriøs fritidsaktivitet.
- 4) Den fjerde fordel er muligheden for at udvikle og *vedligeholde interpersonelle forhold*. Dette sker ofte via social samtale, men andre typer uformel fritidsaktivitet kan også have samme effekt. For eksempel hvis man er fælles om at deltage i sansestimulering, passiv eller aktiv underholdning.
- 5) Den femte fordel er *velvære*.

Uformel fritidsaktivitet kendetegnes altså ved at være behagelig kortvarig aktivitet, som kan føre til kreativitet og opdagelse, *edutainment*, regenerering og rekreation, interpersonelle forhold og velvære. Velvære opnås, ifølge Stebbins, sandsynligvis i endnu højere grad når uformel fritidsaktivitet kombineres med seriøs fritidsaktivitet.

Projektbaseret fritidsaktivitet kendetegnes ved at være kortvarige aktiviteter som udføres af og til. Som man ser i Hartels diagram (Jf.Figur 10) kan det enten være enkeltstående, eller sporadiske projekter. Eksempler på projektbaseret fritidsaktivitet er at bygge en mur i baghaven, eller planlægge en omfattende fejring af et jubilæum. Det kan kræve planlægning og indsats, og af og til dygtighed og viden, men udvikler sig ikke til at blive en seriøs fritidsaktivitet (Stebbins 2007). Jeg vil ikke komme nærmere ind på projektbaseret fritidsaktivitet i min undersøgelse.

### **2.1.3.1 Fritidsstudier og informationsadfærd**

Informationsadfærd er tidligere hovedsageligt blevet undersøgt forbindelse med arbejdsrelateret informationssøgning, specielt i en akademisk sammenhæng. Inden for ELIS har der også været rettet fokus på bestemte befolkningsgrupper med forholdsvis specifikke informationsbehov. I de løbet af de sidste 10 år er der imidlertid blevet rettet interesse mod forskning af informationsadfærd knyttet til fritidsaktiviteter. I 2003 skrev Hartel artiklen *The serious leisure frontier in library and information science: Hobby domains*, og var dermed en af de første som påpegede fritidsstudiernes nytteværdi for informationsvidenskaben. Her argumenterer hun for at specielt seriøse fritidsaktiviteter som hobbyer er velegnede forskningsområder.

Informationsadfærd knyttet til fritidsaktiviteter er en del af *everyday life*, og dermed kan høre under ELIS-rammeverket. Fokuspunktet i ELIS-forskning imidlertid i høj grad været problemløsning. Informationsbehovet opstår altså for at løse et problem man har, eller finde støtte i en vanskelig situation. Ved at fokusere på problematiske oplevelser i livet går man, ifølge Hartel, glip af de dele af livet som er ordinær eller behagelige. En del af grunden til at disse dele af livet hidtil ikke har været et stort forskningsområde kan være at "*As research subjects, academic and professional realms may seem appealingly structured and accessible compared to the nebulous structured and varied happenings in everyday life*" (Hartel 2003, s. 228). Det er et forskningsområde som kan være vanskeligt at systematisere, og skaber udfordringer fordi man inden for LIS har få teorier og metoder som er testet inden for en fritidssammenhæng.

Hartel peger specielt på hobbyer som velegnede forskningsobjekter, fordi det er en systematisk og varig aktivitet som indebærer udikling og specialisering. Hun viser til at ”(s)urfing the Internet or visiting any bookstore provides convincing evidence that hobby-related information is plenteous” (s. 230). Hun tilbageviser også Zipfs *principle of least effort* (Zipf 1949, gengivet efter Hartel 2003, s. 230), og påpeger at deltagere i seriøs fritidsaktivitet per definition frivilligt anstrender sig betydeligt for at anskaffe sig information. Hobbyaktiviteter har, som tidligere nævnt, også en social organisering som gør dem til *social worlds*. *Social worlds* som koncept, gør det muligt at beskrive et informationsfænomen med større præcision. Videre argumenterer Hartel for at:

*Of interest to LIS, information plays a critical role in hobby social worlds. The lack of any centralized bureaucracy causes a dependence on mediated communication, namely: books, magazines, chat rooms, newsgroups and various other information forms. (s. 231)*

Der er altså, ifølge Hartel, et godt grundlag for at undersøge informationsadfærd knyttet til garnrelateret hobbyaktivitet. Hun fremhæver blandt andet empiriske brugerstudier som en måde at lave systematisk forskning via en enkelt hobby. Hartel har i sine studier af amatørkokke blandt andet benyttet sig af interviews.

Hartel har også ved senere anledninger argumenteret for at fritidsaktiviteter er værdifulde forskningsobjekter (Hartel 2005, 2006, 2007, 2010a). Hun mener at fritidsaktiviteter er en meningsfyldt del af livet, som for mange mennesker er kilde til glæde, lykke og psykisk helse. Hun påpeger også at alle former for fritidsaktiviteter kræver en eller anden form for *information seeking and use* (ISU), som gerne finder sted via offentlige biblioteker eller internet. Hun rapporterer at 95% af 3000 ISU-studier siden 1966 hellere har fokuseret på akademiske eller professionelle miljøer (Harris & Dewdney 1994, som gengivet i Hartel 2006), og mener at man ikke uden videre kan tage udgangspunkt i at eksisterende ISU-modeller er brugbare i forbindelse med informationsadfærd i en fritidssammenhæng. Hartel har sit fokus på seriøse fritidsaktiviteter, og sår tvivl om uformelle fritidsaktiviteter er interessante i en informationsvidenskabelig sammenhæng. Jeg vil senere komme ind på forskning af informationsadfærd inden for uformelle fritidsaktiviteter.

I 2009 udkom en specialudgave af *Library Trends* med fokus på LIS forskning af fritidsaktiviteter. I sin introduktion præsenterer Fulton og Vondracek (2009) noget af bredden inden for forskningsfeltet. De viser til at interessen for fritidsaktiviteter i LIS har rødder tilbage til 1980'erne, ofte knyttet til læserstudier i folkebiblioteker. I tidsskriftet præsenteres der nyere forskning på området, som jeg vil komme tilbage til i kapitel 2.1.3.2. Stebbins

(2009) viser i samme tidskrift hvordan fritidsstudier kan bidrage til forskning inden for LIS. Han mener at fritidsstudier giver et rammeværk som gør det muligt systematisk at udforske hvordan folk bruger og spreder information i deres fritid. Siden seriøs fritidsaktivitet repræsenterer den mest komplekse af de tre hovedtyper ser han, ligesom Hartel, den som mest aktuell for undersøgelse. Han afviser imidlertid ikke at uformelle og projektbaserede fritidsaktiviteter også kan indeholde informationsadfærd af faktuel og praktisk karakter knyttet til den sociale verden deltagerne er en del af. For at skabe sig en seriøs fritidskarriere er det nødvendigt at skaffe sig specialkundskab, uddannelse, erfaring og færdigheder. For at skaffe sig specialkundskab og uddannelse inden for sin fritidsaktivitet læser deltagerne blandt andet bøger og artikler, de undersøger netsider, tager kurser og udveksler information med interessefæller. Alle disse aktiviteter indebærer informationsadfærd, og er af interesse for bibliotek- og informationsvidenskab.

### **2.1.3.2 *Forskning på informationsadfærd og fritidsaktiviteter***

For at vise lidt af bredden som findes inden for forskning af informationsadfærd i forbindelse med fritidsaktiviteter, vil jeg her præsentere et udvalg af den forskning som indtil videre er udført i krydsningsfeltet mellem informationsadfærd og fritidsstudier. Der er størst fokus på seriøse fritidsaktiviteter på forskningsfeltet, men også de uformelle fritidsaktiviteter er begyndt at få opmærksomhed. Jenna Hartel har publiceret en række artikler med fokus på gourmet-hobbykokkes informationsadfærd (for eksempel: Hartel 2010b). Cox & Blake (2011) har lavet en interviewundersøgelse med fokus på mad-blogging som seriøs fritidsaktivitet, og hvilken rolle information spiller for bloggerne. Chang (2009) har undersøgt informationsadfærd i forbindelse med *backpacking* som seriøs fritidsaktivitet. Fulton (2009) undersøger hvordan informationssøgning og informationsudveksling er en central del af slægtsforskning. Deltagerne i miljøet kategoriseres af andre deltagere ud fra hvor brugbar og hjælpsom informationsudvekslingen opfattes. Case (2009) har undersøgt møntsamling, som seriøs fritidsaktivitet. Blandt hans fund er at deltagerne motiveres af potentiel selvudvikling, sociale interaktioner, økonomisk gevinst og til tider samlermani.

Prigoda & McKenzie (2007) har foretaget et observationsstudie af informationsadfærd i en strikkegruppe på et folkebibliotek i Canada. De ser strikning som en seriøs fritidsaktivitet, mens deltagelse i strikkeklubben fungerer mere som en uformel fritidsaktivitet. Studien støtter sig blandt andet på teorier om *Human Information Behavior* og *Everyday Life Information Seeking*. Prigoda og McKenzie fandt blandt andet ud af at der i strikkegruppen udveksles både

information om det at strikke, men også i høj grad om mange andre emner. De påpeger at ”The combination of novice, experienced, and master crafters in the guild setting allows members both to participate in a leisure activity and to interact with and learn from others sharing a common interest in craft” (s. 93). Strikkeprojekterne virker som ”*non-threatening conversation starters*” (s. 104). Strikning er altså alibiet for at være der, men det sociale spiller en stor rolle for deltagerne.

Elsweilser, Wilson & Kirkegaard (2011) fokuserer på uformel fritidsaktivitet i deres studier af informationsadfærd. De har udført et dagbogs-studie af informationsadfærd i forbindelse med TV-kigning, samt et dataindhøstnings-studie af Twitter<sup>8</sup>. En stor del af den informationsadfærd de kunne identificere var motiveret af hedonistiske behov frem for faktiske informationsbehov. Elsweiler et al. har ud fra deres fund defineret fire forskellige på målrettet informationsadfærd og *casual-leisure information behaviour* (s. 227):

1. *Casual-Leisure Information Behaviour tasks are often motivated by being in or wanting to achieve a particular mood or state. Tasks often relate at a higher level to quality of life and health of the individual.*
2. *In Casual-Leisure situations, therefore, the finding of information is often of secondary importance to the experience of finding.*
3. *Casual-Leisure needs are frequently associated with very underdefined or absent information needs. We hypothesise that transient or temporarily defined needs are created in order to facilitate meeting the casual need, but our studies have, so far, not directly studied searching behaviour.*
4. *The success of casual-leisure behaviour is often not dependent on actually finding any information or results. Even if notable information needs exist, the low importance of the task means that users satisfice or can achieve their hedonistic needs without them.*

For di eksisterende modeller for informationsadfærd i høj grad baserer sig på målettet, arbejdsrelateret informationsadfærd har Elsweiler et al. udviklet en revideret model (Jf. Figur 11) for informationsadfærd som skal rumme både ”*well defined work tasks and casual-leisure driven needs*” (s. 228).

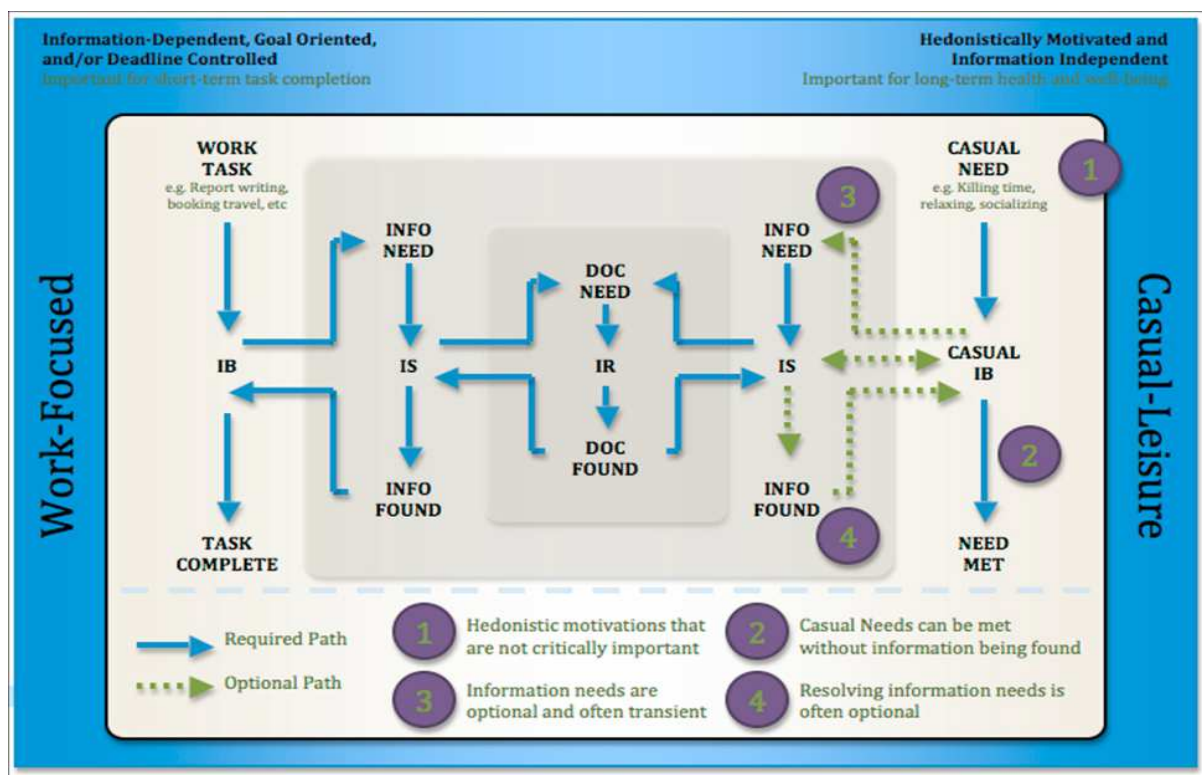
På venstre side af modellen har de videreudviklet Ingwersen & Järvelin’s *nested model of information behaviour contexts* (Ingwersen & Järvelin 2005, gengivet efter Elsweiler et al. 2011). Her går brugeren ind i informations-søgeprocessen med et klart defineret informationsbehov, og kommer forhåbentligvis ud i den anden ende med et eller flere ”dokumenter” som dækker det informationsbehov. På højre side, derimod, illustreres *casual-leisure information behaviour*. Her er mange af pilene nu valgfri, og det betyder at man kan

<sup>8</sup> <https://twitter.com/> er en af de største mikroblogging-tjenester, hvor brugerne deler korte tekster, billeder og video.

bevæge sig rundt i informationsprocessen på flere forskellige måder. De har også tilføjet en ekstra pil, fordi informationsprocessen kan starte uden at brugeren egentlig har et informationsbehov. Informationsbehovet kan også blive stillet, uden at brugeren faktisk har fundet noget information. De skitsere flere forskellige scenarier, som støttes af modellen, nemlig *Time-Wasting Scenario*, *Hedonistic-Need Scenario*, *Experience-Focused Scenario* og *Casual-Information Scenario*. De påpeger imidlertid også at "some casual-leisure scenarios can be captured by traditional models of information seeking" (Jf. s. 231). Jeg vil i i kapitel 4.6 undersøge hvordan mine fund relaterer sig til denne model.

### 2.1.3.3 Ravelry og fritidsstudier

Ravelry er i udgangspunktet udviklet til at være et støtteværktøj i forbindelse med strikning, hækling og andre garnrelaterede typer håndarbejde. Stebbins nævner strikning som et eksempel på en seriøs fritidsaktivitet, og jeg mener at de andre former for garnrelateret



Figur 11: A revised model of information behaviour (Elsweiler et al. 2011, s. 228)

aktivitet hører under samme kategori. Det at skabe noget med garn, eller at skabe garnet fra bunden er aktiviteter som blandt andet kræver en systematisk tilnærmning, samt specielle færdigheder, viden og erfaring. Mange bruger også en betydelig mængde tid på det, og har en hobbykarriere (Jf. kapitel 2.1.3). Der findes selvsagt forskellige grader af seriøsitet inden for

garnrelateret aktivitet, som i alle andre seriøse fritidsaktiviteter. Mit fokus i denne undersøgelse er dermed i udgangspunktet informationsadfærd knyttet til en seriøs fritidsaktivitet (garnrelateret håndarbejde), med fokus på Ravelry som samlingssted og informationskilde.

## 2.2 Tidligere forskning relateret til Ravelry

Ravelry bevæger sig i krydsningsfeltet mellem håndarbejde og teknologi, og har derfor fået opmærksomhed fra flere forskellige fagmiljøer. De mest fremtrædende artikler er skrevet inden for human-computer interaction (HCI), og nogle af studierne relaterer også til fritidsstudier. Der er imidlertid også vist interesse for Ravelry inden for markedsføring, kommunikation, jura og tekstil-fag.

Pisa, Sen, Noel, Polin og Nardi (2010) har som en del af deres doktorgradsprojekt udført en omfattende spørgeundersøgelse på Ravelry som delvist overlapper med min problemstilling. De har endnu ikke publiceret deres fund fra undersøgelsen, men jeg har (efter udformningen af min undersøgelse) fået adgang til en upubliceret artikel hvor en del af fundene bliver præsenteret. Forskerne støtter sig på teorier om social informationssøgning (Chi 2009) og fritidsstudier (Stebbins 2007), med udgangspunkt i Ravelry som et knudepunkt for kundskab om en seriøs fritidsaktivitet. De fokuserer hovedsageligt på problemløsning og *information-seeking behaviour*, og har dermed et lidt smallere fokus end min undersøgelse. I artiklen beskrives det som de kalder brugernes *search terrain*, bestående af et udvalg af søgekilder. Pisa et al. peger på tre vigtige fund: 1) Informationssøgning er et komplekst koncept og en flerdimensionel process. 2) Den brede udforskende søgeaktivitet spænder over et mangfold af formater og medie-kanaler. 3) Respondenterne refererer konsekvent til Ravelry som deres samlingspunkt eller base. Forskerne konkluderer med at:

*“Ravelry thrives despite the fact that much of what its members find useful exists outside its boundaries. Ravelry structures such as workspaces, groups, and highly filtered databases reliably broker the inside and outside array of resources and help members manage the complexity of search for craft knowledge”* (Pisa et al. 2010, s. 8).

Kuznetsov & Paulos (2010) har lavet en omfattende spørgeundersøgelse med fokus på DIY<sup>9</sup> *communities*, kulturer og projekter. Deres hovedfokus er på hvordan samarbejdsteknologier påvirker DIY *communities*, og de bruger blandt andre Ravelry som case. De siger at samarbejdsteknologier har resulteret i ”1) *easy access to and affordability of tools*” og ”*the emergence of new sharing mechanisms*” (s. 295). De har også en vigtig pointe i at ”*unlike*

<sup>9</sup> Do It Yourself



*communities that evolve around the creation of digital artifacts such [as] software, encyclopedia articles, or blogs, DIY communities showcase meta information: personal experiences and knowledge from creating physical objects, projected into the public sphere*” (s. 296). Undersøgelsen omhandler DIY bevægelsen som helhed, og Ravelry behandles derfor ikke separat. Specielt interessante er deres fund vedrørende hvordan deltagerne bidrager til DIY fællesskaberne, motivationer til at bidrage, samt aspekter ved DIY communities som påvirker deltagernes håndværk.

Torrey et al. (2009) nævner Ravelry som et eksempel på online repræsentation af håndværkskundskab i deres kvalitative interviewundersøgelse om “The search for craft knowledge on the internet”. Torrey et al. relaterer sig teoretisk til *Everyday Life Informations Seeking (ELIS)*, *collaborative information retrieval*, *social search sites* og viser til kognitive modeller af søgeadfærd. Desværre arbejder ingen af deres informanter med garn, og derfor belyses denne målgruppe ikke specifikt. Ser man på håndværksudøvere som en samlet gruppe giver undersøgelsen alligevel et indblik i forskellige taktikker som anvendes i deres søgen efter information. Deltagerne brugte online ressourcer til at finde information, men også til at få inspiration.

Rosner & Ryokai (2009, 2010) har, i forbindelse med deres kvalitative interviewundersøgelser af mobil softwaren Spyn<sup>10</sup>, omtalt Ravelry som et vigtigt digitalt værktøj til at håndtere håndværksinformation. Det kom også frem at informanterne mente Ravelry var mest aktuelt i startenfasen og afslutningen af et projekt. Goodman & Rosner (2011) brugte blandt andet Ravelry til at rekruttere deltagere til et observationsstudie af havearbejde og strikning for at undersøge deres forhold til informationsteknologi. Deltagerne udtrykte skepsis til afhængighed af teknologi, men begge grupper brugte digitale værktøj i forbindelse med deres håndværk. De strikkende deltagere brugte for det meste online ressourcer meget målbevidst, og udførte gerne søg samtidig med at de strikkede. Denne gruppe informanter brugte gerne Ravelry på kritiske tidspunkter i løbet af et projekt.

Inden for andre fagområder har Humphreys udført case studier af Ravelry med fokus på *social network markets* (2009) samt ophavsret på *specialist social networking sites* (2008, 2012). Pustylnick (2011a, 2011b, 2011c) har undersøgt forskellige former for markedsføring på Ravelry og andre *social networking sites*. Hudson (2010) har undersøgt hvordan internet

<sup>10</sup> For mere information om Spyn: <http://people.ischool.berkeley.edu/~daniela/spyn/index.html>

bidrager til *the art yarn movement*, ud fra en tekstil-faglig synsvinkel, og omtaler Ravelry som en vigtig bidragsyder, sammen med blogs og diskussionsgrupper.

Min undersøgelse har elementer til fælles med både Pisa et al. (2010), Kuznetsov & Paulos (2010) og Torrey et al. (2009). Jeg har imidlertid en lidt bredere indgangsvinkel end Pisa et al., fordi de har deres udgangspunkt i *information-seeking behaviour*. Jeg er i min undersøgelse interesseret i alle former for informationsadfærd, som som kan identificeres blandt Ravelrys brugere på Ravelry, og garnrelateret informationsadfærd uden for Ravelry. Jeg er også specielt interesseret i det de sociale funktioner på Ravelry. Kuznetsov & Paulos (2010) og Torrey et al. (2009) kun behandler Ravelry som en del af en helhed, og disse giver derfor kun få indikationer på Ravelry-brugeres informationsadfærd.

### 3 Metode

For at kunne besvare min problemstilling og mine tre forskningsspørgsmål har jeg benyttet mig af en triangulering af metoder, i form af spørgeskemaundersøgelse og samtaleinterviews. Spørgeskemaundersøgelsen er specielt godt egnet til at besvare mit første forskningsspørgsmål, fordi jeg systematisk kan spørge ind til Ravelrys omfattende funktionalitet.

- Hvilke funktioner på Ravelry er informationsadfærden knyttet til?

I en spørgeundersøgelse har brugerne god tid til at svare, samt mulighed for at have Ravelry åbent samtidig. Mine to resterende forskningsspørgsmål er imidlertid lidt mere komplekse.

- Hvilken rolle spiller de sociale funktioner for informationsadfærden?
- Hvordan påvirker Ravelry brugernes kreative proces?
- Hvordan opleves Ravelry for forskellige typer brugere?

Disse vil også delvist kunne besvares ved hjælp af spørgeundersøgelsen, men skal uddybes med interviews. Jeg ønsker at kunne identificere både konvergent og divergent informationsadfærd. Divergent informationsadfærd, som for eksempel serendipitive fund, kan være vanskelige at operationalisere. Interviews kan være en god metode til at afdække divergent adfærd, fordi informanterne får mulighed for at reflektere over deres egen adfærd og komme i tanke om situationer de ikke ellers ville have været opmærksomme på. Ved at bruge spørgeskema og interviews kan jeg undersøge hvordan brugerne selv oplever sin informationsadfærd, og samtidig få svar på hvorfor de opfører sig som de gør. Fordi jeg er et aktivt medlem af Ravelry og en erfaren strikker har jeg en specialiseret domænekundskab, som har været til hjælp i udformningen af spørgsmål samt i tolkningsprocessen. Jeg er imidlertid en objektiv observatør, og er derfor bevidst om min dobbelte rolle i denne undersøgelse.

#### 3.1 Spørgeskemaundersøgelse

I udformningen af min spørgeundersøgelse har jeg hovedsageligt benyttet mig af Ringdal (2007), Fowler (1995) og Sue & Ritter (2007). Sue & Ritter mener at online surveys er effektive *“when dealing with closed populations, when probability sampling is not essential, and when the target respondents have access to the necessary computer technology”* (2007, s.

149). Fordi Ravelry er netbaseret er det naturligt at lave en online survey. Pisa et al. (2010) og Kuznetsov & Paulos (2010) har også benyttet sig af online survey i deres undersøgelser.

Undersøgelsen har jeg udformet ved hjælp af Questback<sup>11</sup>, og for at nå flest mulige brugere er spørgsmålene på engelsk. Fordelen med online survey som dataindsamlingsmetode er at både spørgsmål og svaralternativer kan læses samtidig af respondenterne. Dette giver en mulighed for at have flere svaralternativer end ved for eksempel telefoninterview, hvor spørgeskemaet læses op. En anden fordel er at det skaber en beskyttet svarsituation, og tærskelen for at deltage kan derfor være lavere (Ringdal 2007). Online survey er også en omkostningseffektiv forskningsmetode, hvor man har mulighed for at nå en bred responsgruppe. Ifølge Sue & Ritter (2007, s. 12) har online surveys en styrke i at have relativt kort responstid, i og med at man potentielt kan få svar fra flere tusinde på få timer. Spørgeskemaer som sendes på e-mail har gerne en responstid på nogle få dage, mens spørgeskemaer som sendes med almindelig papirpost må forventes af have en betydeligt længere responstid.

Ringdal (2007) opfordrer til at genbruge spørgsmål fra tidligere spørgeskemaundersøgelser. Dette fordi de giver en tryghed at bruge spørgsmål som tidligere har fungeret, og fordi det giver et bedre sammenligningsgrundlag. Som indledning til spørgeskemaundersøgelsen orienterede jeg mig derfor på Ravelry, og kunne konstatere at der var publiceret en del online surveys på forskellige fora og grupper. Nogle få af disse overlappede tematisk med min undersøgelse, men de fleste af disse var studierelaterede og resultaterne upubliceret. Spørgeskemaerne var stort set heller ikke aktive længere. Kuznetsov & Paulos (2010) har imidlertid publiceret sin survey om «DIY communities» på forumet *For the love of Ravelry*, og deres spørgeskema er stadig tilgængeligt<sup>12</sup>. Jeg har hentet en del inspiration både til udformning af spørgsmål, rækkefølge samt introduktionsteksten fra deres undersøgelse. Ragnar Audunson udførte i september 2010 en spørgeskemaundersøgelse om bokelskere.no, som danner baggrund for en artikel senere samme år (Audunson 2010). Jeg har ladet mig inspirere af denne undersøgelse i udformningen af geografiske og sproglaterede spørgsmål. Pisa et al.'s (2010) undersøgelse blev også publiceret på *For the love of Ravelry*. Jeg har ikke haft adgang til deres spørgsmål, men ser af artiklen at der er tematisk overlap i flere af kategorierne.

<sup>11</sup> Læs mere om Questback på: [www.questback.com](http://www.questback.com)

<sup>12</sup> Link til Kuznetsov & Paulos (2010) survey:

[http://www.surveymonkey.com/s.aspx?sm=hbDv1y0FpNBBYQBR8iAbyQ\\_3d\\_3d](http://www.surveymonkey.com/s.aspx?sm=hbDv1y0FpNBBYQBR8iAbyQ_3d_3d)

Ved at se på brugernes kommentarer på andres spørgeskemaundersøgelser har jeg fået et indblik i hvad Ravelry's brugere synes er vigtigt ved udformningen af spørgeundersøgelser. En del af kommentarene var generelle råd og irritationsmomenter, som stort set korresponderede med retningslinierne i Fowler (1995) og Ringdal (2007). Andre kommentarer var mere specifikke for undersøgelser på Ravelry. Et ankepunkt som dukkede op flere gange var partiskhed til enten strikning eller hækling. Jeg har derfor forsøgt at forholde mig bredt til alle Ravelry-brugere i min undersøgelse, og benyttet mig af samlebetegnelsen *needlework* eller garnrelateret håndarbejde.

### 3.1.1 Udformning af spørgeskemaundersøgelsen

Spørgsmålene i spørgeskemaundersøgelsen drejer sig i høj grad om adfærd (Ringdal 2007, s.183), men omhandler ikke følsomme temaer. Jeg har derfor ingen grund til at tro mine respondenter skulle ønske at fejlinformere mig. Jeg har alligevel forsøgt at formulere spørgsmålene så neutralt som muligt, for at understrege at dette ikke er en test i dygtighed. Der findes ingen «rigtige» eller «forkerte» svar. Hvis respondenterne får indtryk af at de skal være «dygtige», kan dette føre til overrapportering. Generelt for spørgsmål om adfærd gælder det at glemsel og fejlerindring kan føre til fejlagtige svar. For aktive brugere af Ravelry vil dette ikke være et stort problem, fordi mine spørgsmål handler om daglig adfærd. For respondenter som brugere af Ravelry meget sjældent kan spørgsmålene omhandle adfærd længere tilbage i tid, og dermed bliver risikoen for glemsel og fejlerindring større.

Spørgeskemaet (Jf. Bilag 1) indledes med generel information om projektet, samt kontaktinformation. For at give lavest mulig svartærskel, er der ingen obligatoriske spørgsmål i skemaet. Det betyder at jeg kan få forskellig svarprocent på spørgsmål og delspørgsmål. Det har vist sig at de fleste af respondenterne alligevel svarer på alle spørgsmålene. Der var totalt 1882 som besvarede undersøgelsen, og antal svar varierede fra 1675 (89%) til 1882 (100%), med et gennemsnit på 1783 (94,8%) svar pr. spørgsmål<sup>13</sup>. Spørgeskemaet afsluttes med at respondenterne kan registrere sin email, hvis de ønsker at deltage i et interview.

Som Ringdal (2007, s. 185) anbefaler, starter mit spørgeskema med lette, neutrale og ufarlige spørgsmål, for at motivere respondenterne til at fuldføre hele skemaet. Fowler (1995, s.4) nævner 5 kriterier som bør være opfyldt for at spørgsmål og svar i et spørgeskema er gode måleneheder. I tråd med disse har jeg har bestræbet mig på at formulere spørgsmålene klart

<sup>13</sup> Jeg har set bort fra målrettede spørgsmål (Jf. kapitel 3.1.1.5) ved udregning af svarprocent. Jeg har beregnet en gennemsnitlig svarprocent for spørgsmål som består af flere delspørgsmål.

og tydeligt, og så de opfattes mest muligt konsistent af respondenterne. Dette indebærer også at jeg ikke har brugt fagudtryk, som Ringdal fraråder (2007, s. 181). Jeg har forsøgt at kommunikere tydeligt hvilken type svar som forventes af respondenterne, og som følge af at dette er en online survey vil spørgsmålene blive administreret og kommunikeret ens til alle respondenter. Som brugere af Ravelry bør alle respondenter have adgang til nødvendig information, og jeg har grund til at tro at respondenterne generelt er villige til at besvare spørgsmålene fordi undersøgelsen er baseret på frivillig deltagelse.

Skemaet er grupperet tematisk, så det skal virke naturligt for respondenterne. Hvert tema har en overskrift, så respondenterne får en fornemmelse for hvad de kan vente sig. Jeg har grupperet spørgsmålene som følger (Jf. Tabel 1):

Spørgsmål	Tema	Handler om
1-8	User information	Brugerens erfaring med forskellige typer håndværk, samt medlemskab og aktivitet på Ravelry og andre online craft communities.
9-13	Finding information on Ravelry	Specifikke funktioner på Ravelry.
14-18	Language and terminology on Ravelry	Brugerens egen opfattelse af deres informationsadfærd, hvordan blandt andet sprog og terminologi påvirker adfærden.
19-21	Does Ravelry influence you?	Omhandler Ravelry's påvirkning på respondenterne.
22-26	Finding information about needlework/yarn?	Omhandler hvilke informationskilder brugeren foretrækker, og om de bruger Ravelry som informationskilde til andet end garnrelateret håndarbejde.
27-31	About you	Demografiske og praktiske spørgsmål.

**Tabel 1: Gruppering af spørgsmål**

Jeg har benyttet mig af forskellige typer spørgsmål, for at afdække forskellige typer svar. De fleste spørgsmål besvares med forhåndsdefinerede svaralternativer, men altid med muligheden for at vælge *other* eller *I don't know* hvis ingen af svaralternativerne er aktuelle. Funktioner som er vanskelige at forklare har links til Ravelry. For at få bedst mulig målbarhed har jeg undgået flerdimensionelle spørgsmål. Det vil sige spørgsmål som indeholder mere end ét spørgsmål. Jeg har i undersøgelsen mig af enkle ja/nej spørgsmål<sup>14</sup>, *multiple choice* og

<sup>14</sup> Jf. bilag 1, spørgsmål 8, 12, 16, 23 og 25

*single select*<sup>15</sup>, rangerende spørgsmål med enten frekvensskala<sup>16</sup>, grad af enighed<sup>17</sup>, grad af påvirkning<sup>18</sup> eller rangordning<sup>19</sup>.

### **3.1.1.1 Åbne spørgsmål**

Pisa et al. (2010) har i høj grad baseret sig på åbne spørgsmål, og har derfor et komplekst og omfattende datamateriale. Åbne spørgsmål er imidlertid ressourcekrævende at analysere, og derfor har jeg begrænset mig til ét åbent spørgsmål i min undersøgelse. Spørgsmål 6 giver respondenten mulighed for at beskrive med egne ord, hvorfor de er medlem af Ravelry. Ved at give respondenten mulighed for at formulere sig frit kan jeg opdage nye dimensioner ved netstedet. Det vil også give mig et indtryk af hvilke aspekter respondenterne vægtlægger mest. Det er ikke gunstigt at forsøge at besvare denne type spørgsmål med færdig definerede svaralternativer, fordi det er usandsynligt at man formår at dække alle svartyper. Det vil give upræcise svar, og sandsynligvis skabe irritation hos respondenten. For at få en mere overkommelig datamængde har jeg sat en begrænsning på 4000 tegn, og beder respondenten svare kort.

### **3.1.1.2 Målrettede spørgsmål**

Jeg har målrettet spørgsmål 2, 3, 13, 16, 17 og 26, sådan at de kun stilles hvis visse kriterier er opfyldt. Dermed undgår respondenten at besvare spørgsmål som ikke er relevante for dem. Sue og Ritter (2007, s. 12) nævner denne type spørgsmål som en styrke ved online survey. Siden alle respondenter ikke fik mulighed for at besvare disse spørgsmål er antal svar selvfølgelig lavere, men svarprocenten er ganske høj beregnet ud fra hvor mange som har haft mulighed for at svare. Den højeste svarprocent var på 99,8% og den laveste var 77,8%, med en samlet gennemsnitlig svarprocent på 97,2%.

## **3.1.2 Gennemføring af spørgeskemaundersøgelsen**

For at evaluere spørgeskemaet har jeg haft en pilot-undersøgelse, under realistiske forhold (Fowler 1995, s.5). Spørgeundersøgelsen blev testet af fire forskellige testpersoner i forskellige faser i udviklingen af spørgeskemaet. Tre af testpersonerne var brugere af Ravelry, og havde derfor gode forudsætninger for at kunne svare på spørgsmålene. Den fjerde testperson var en medstudent, som bedre kunne vurdere fagligheden i spørgeskemaet.

<sup>15</sup> Jf. bilag 1, spørgsmål 1, 2, 3, 5, 15, 26, 27, 28, 29 og 30

<sup>16</sup> Jf. bilag 1, spørgsmål 7, 9, 10, 11, 13, 14 og 24

<sup>17</sup> Jf. bilag 1, spørgsmål 18 og 21

<sup>18</sup> Jf. bilag 1, spørgsmål 19 og 20

<sup>19</sup> Jf. bilag 1, spørgsmål 17 og 22

Tilbagemeldingerne har jeg brugt til at revidere og forbedre spørgeskemaet. Stavefejl og uklare formuleringer blev fanget op, og rækkefølgen på spørgsmålene blev ændret.

### **3.1.2.1 Publicering**

For at nå brugere af Ravelry kunne jeg enten henvende mig til enkeltpersoner ved hjælp af personlige mails, eller til større grupper af brugere gennem netstedets fora og grupper. Et tredje alternativ er at betale for reklameplads. Ravelry har klare regler for hvad man kan poste i de enkelte fora og grupper. Der er også en generel forståelse af at man ikke sender mails til brugere man ikke kender, med mindre det er «garn-relateret». Siden mit netværk på Ravelry er forholdsvis begrænset, har jeg valgt at benytte mig af flere forskellige rekrutteringsmetoder. Jeg har sendt spørgeundersøgelsen til 14 brugere i mit netværk, og bedt dem sende den videre til deres venner. Jeg har fået tilladelse til at poste den i forumet *For the love of Ravelry*, som er et af 6 hovedfora på Ravelry. *For the love of Ravelry* er et forum med en bred brugergruppe, og der forventes en vis grad af seriøsitet i det som bliver postet der. Desuden er der tidligere udført en del spørgeundersøgelser på dette forum. For specifikt at pejle mig ind på norske brugere fik jeg tilladelse til at poste undersøgelsen i gruppen *Norwegian hookers*. Grunden til at jeg ikke postede den i endnu flere grupper er at cross-posting generelt ikke anbefales på Ravelry, og overeksponering kunne derfor let være blevet opfattet negativt.

Fordelen med at publicere spørgeundersøgelsen i diskussionsfora er at respondenterne får mulighed for at give tilbagemeldinger. Dermed kunne jeg forberede mig ved at læse tilbagemeldinger på andre spørgeundersøgelser samt få et indtryk af styrker og svagheder ved min egen efter den var publiceret. Jeg fik også en indikation om hvor mange svar jeg kunne forvente mig, ved at se på lignende undersøgelser. Baseret på dette havde jeg en forhåbning om at få op til 1500 svar, og med 1882 svar viste det sig at være et realistisk mål. For at få fleste mulige respondenter gav jeg dem en responsperiode på lidt over to måneder. Mit spørgeskema var aktivt fra 25. maj 2012 til 1. august 2012, men over 50% af svarene kom i løbet af de tre første dage. Det stemmer godt overens med det tidsperspektiv Sue og Ritter (2007) har givet. Efter to uger fik spørgeskemaet minimal respons, samtidig med at tråden på *For the love of Ravelry* ikke længere fik kommentarer.

Med 2 millioner Ravelry-brugere på undersøgelsestidspunktet, er 1882 respondenter ikke en overvældende svarporcent. Det er imidlertid ikke alle Ravelry-brugere som har haft mulighed for at besvare undersøgelsen, fordi ikke alle er aktive på FTLOR, og dermed begrænses rekrutteringsgrundlaget betragteligt. 1700 (90,7%) af respondenterne fandt altså



undersøgelsen på FTLOR, og med 3448 læsere af tråden som undersøgelsen blev publiceret i giver det en svarprocent på 49,3%.

### **3.1.2.2 Analyse**

Før analysen er det som oftest nødvendigt at rydde op i sine data, det som Sue & Ritter (2007, s. 106) kalder for *data cleaning*. Fordi jeg kun har to åbne spørgsmål, kræves der ikke stor grad af oprydning i forhold til ufuldstændige svar. Ved at bygge undersøgelsen op i Questback, og hele tiden give respondenterne forhåndsbestemte svarmuligheder, undgår jeg også at få svar *out of the possible range* og at respondenterne vælge flere svarmuligheder end de skal. Ulogiske svar, som mænd der har været gravide, ee heller ikke et aktuelt problem med min undersøgelse. Mine data er entydige og har derfor ikke brug for omfattende oprydning.

Min analyse af spørgeskemaet kommer hovedsageligt til at bestå af frekvensanalyse af hvert spørgsmål, suppleret med sammenstilling af aktuelle del svar. Questback leverer frekvensdistributioner, grafer og diagrammer for hvert spørgsmål, samt har mulighed for krydstabulering, filtrering og forskellige typer sammenligning. Denne form for deskriptiv statistik vil give mig et passende grundlag for analyse, taget i betragtning at spørgeundersøgelsen skal suppleres med interviews.

Spørgsmål 6 er et åbent spørgsmål, om hvorfor respondenterne er medlem af Ravelry. Svarene består af korte tekster som respondenterne selv har formuleret. Med dette spørgsmål ønsket jeg at få et indtryk af hvilke kvaliteter ved Ravelry som var vigtigst for respondenterne. Det er imidlertid ikke det som er hovedfokus i min opgave, og derfor er det ikke nødvendigt med en dybdegående analyse af dette spørgsmål. Ved hjælp af ord-sky generatorene [www.wordle.net](http://www.wordle.net) og [www.tocloud.com](http://www.tocloud.com) har jeg lavet ord-skyer af ordene i svarteksterne. Dermed får jeg en visuel præsentation af de ord som bruges mest, og det giver en god indikation om hvad brugerne mener er vigtigst for dem. Dette vil jeg komme nærmere ind på i kapitel 4.1.2.

### **3.1.3 Styrker og svagheder**

Fordelen med at publicere spørgeundersøgelsen på et forum og en gruppe er at respondenterne har haft mulighed for at kommentere og give tilbagemeldinger. Dermed har jeg fået et indtryk af hvordan den er blevet opfattet. Generelt fik undersøgelsen meget positive tilbagemeldinger, og mange kommenterede at den var godt designet. Det blev påpeget at den var velkonstrueret

og at den ikke var ladet med forskerens forudindtagede konklusioner. Flere kommenterede også at det havde været morsomt at svare, og at de havde lært nye ting om Ravelry.

Jeg fik imidlertid også konstruktive tilbagemeldinger om svagheder ved undersøgelsen. Spørgsmål 17 og 22 beder respondenterne rangere fra 1-3 og 1-5, men det er ikke specificeret hvilket tal som rangerer højest. Derfor kan disse spørgsmål være tolket forskelligt, noget jeg har fået bekræftet i interviewrunden. Derfor kan jeg desværre ikke konkludere noget bastant ud fra disse spørgsmål. Selvom jeg har forsøgt at undgå brug af fagudtryk kan det virke som om ordet «filter» ikke er blevet forstået af alle. Det avancerede søg består imidlertid hovedsageligt af filtre, og jeg studsede derfor over at nogle af respondenterne som brugte det avancerede søg registrerede at de ikke brugte filtre. Jeg fik bekræftet mine mistanker i interviewundersøgelsen, hvor jeg omformulerede spørgsmålet og fik helt andre svar.

Den geografiske inddeling jeg havde valgt i spørgsmål 29 var desværre alt for generel i forhold til at vælge kandidater til min interviewundersøgelse. Dette fordi jeg publicerede spørgeundersøgelsen før jeg havde fastlagt en geografisk begrænsning for interviewundersøgelsen. Det vil jeg komme nærmere ind på i kapitel 3.2.1.

### **3.1.4 Repræsentativitet**

Fordi responsen på min survey bygger på selvrekuttering, ikke et udvalg trukket fra en population, kan jeg ikke drage slutninger på vejne af hele populationen. 90,7% af mine respondenter kommer fra forumet *For the love of Ravelry* (FTLOR)<sup>20</sup>, og det betyder at min undersøgelse i høj grad begrænser sig til brugere som er aktiv i dette forum. I og med at forumet er en del af de seks store hovedfora på Ravelry, er det ikke usandsynligt at jeg når et forholdsvis bredt udvalg af brugere. Med denne undersøgelse ønsker jeg imidlertid hovedsageligt at beskrive min gruppe af brugere (Sue & Ritter 2007, s. 99).

## **3.2 Interviewundersøgelse**

De kvantitative data jeg indesamler i spørgeundersøgelsen skal underbygges og suppleres med interviews. Interviews er blandt andet blevet brugt af Stebbins (2007) i hans forskning på fritidsaktivitet. Inden for tidligere forskning på Ravelry har både Torrey et al. (2009), Rosner & Ryokai (2009, 2010) samt Goodman og Rosner (2011) brugt kvalitative interviews i deres undersøgelser. Det kan dermed virke som en frugtbar metode til at udforske netop mit undersøgelsesområde.

<sup>20</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 30

Jeg har i interviewundersøgelsen benyttet mig af en fænomenologisk tilnærmelse, som beskrevet i Kvale og Brinkmann (2009). Fænomenologi bruges til at indhente empirisk kundskab om typiske oplevelser af et tema, og illustrerer hvordan mennesker oplever fænomener i sin livsverden (s. 33). Kvale og Brinkmann beskriver fænomenologi på følgende måde:

«Når det er snakk om kvalitativ forskning, er fenomenologi mer bestemt et begrep som peker på en interesse for å forstå sosiale fenomener ut fra aktørenes egne perspektiver og beskrive verden slik den oppleves for informantene, ut fra den forståelse at den virkelige virkeligheten er den mennesker oppfatter» (2009, s. 45).

Jeg ønsker med andre ord at få informanterne til at fortælle deres historie, og dele deres livsindsigt med mig, ud fra den forståelse at kundskab skabes i samspillet mellem mennesker. Det vil jeg gøre ved hjælp af semistrukturerede livsverdensinterviews. Fordi jeg kan støtte mig til spørgeundersøgelsen og har god domænekundskab, kan jeg benytte mig af en kvalificeret naivitet hvor jeg er åben overfor nye og uventede fænomener (Kvale 2009, s. 50). Mine interviews er i høj grad eksplorative og åbne, men ikke helt ustrukturerede. Jeg lægger vægt på opfølgende spørgsmål for at afdække ny information og nye udfaldsvinkler. Udgangspunktet for mine spørgsmål vil være ting jeg studser på, eller vil vide mere om. Samtidig har jeg mulighed for at kontrollere validiteten på spørgsmålene i spørgeskemaundersøgelse.

### **3.2.1 Population**

Jeg har afgrænset mine interviews til brugeres som befinder sig i Skandinavien. På den måde får jeg en passende mængde respondenter at vælge mellem, og har en gruppe af informanter som har et minimum af kulturelle fællestræk. En anden grund til at vælge Skandinavien frem for andre verdensdele var at bedre kommunikationen. Jeg snakker flydende dansk og norsk, og forstår svensk. For at undgå omfattende rejseaktivitet har jeg udført alle interviews på Skype. Med over 2 mill. registrerede brugere af Ravelry på undersøgelsestidspunktet var repræsentativitet ikke et mål for min interviewundersøgelse, af både praktiske og designmessige årsager. Jeg ønsker hellere at kunne gå i dybden. For at have en overkommelig datamængde har jeg begrænset mig til seks interviews.

Alle informanter er rekrutteret via spørgeskemaundersøgelsen, hvor 745 (40%) af respondenterne sagde sig villige til at deltage i et interview. Som tidligere nævnt gjorde udformningen af min spørgeundersøgelse det til en udfordring at identificere skandinaviske

brugere, fordi den mest præcise geografiske afgrænsning er Europa. Med udgangspunkt i de 410 respondenter som befinder sig i Europa har jeg ud fra de registrerede email-adresser identificeret 27 potentielle informanter i Skandinavien. Personnavne, domænenavn og landekode i emailen, samt eventuelle kommentarer som «er i Oslo» og «norsk» gav en indikation om hvilket land respondenteren er fra. To af de indsamlede emails er brugere jeg kender privat, og dermed egner disse sig bedst til pilotinterviews. Populationen er dermed begrænset til 25 potentielle informanter. Ingen af de 1,2% (23) mandlige respondenter fra spørgeundersøgelsen kunne knyttes til Skandinavien, så min population består udelukkende af kvinder.

### 3.2.2 Informanter

Jeg ønskede at få et udvalg af både erfarne og uerfarne informanter til mine interviews, baseret på antal år de har strikke eller hæklet, hvor ofte de besøger Ravelry og hvor længe de har været medlem af Ravelry. Det vil sige spørgsmål 2, 3, 4 og 5 i spørgeskemaundersøgelsen (Jf. Bilag 1). Jeg har samlet egenskaberne for mine seks informanter i et skema (Jf. Tabel 2), med anonymiserede navne.

informanter	Alder	Antal år informanten har strikket	Antal år informanten har hæklet	Hvor længe har informanten været medlem	Land
Bente	27	15-20 år		2-4 år	Norge
Tina	28	10-15 år	1-5 år	6-12 måneder	Norge
Mia	39	Mere end 20 år	Mere end 20 år	1-6 måneder	Danmark
Amalie	45	5-10 år		2-4 år	Norge
Iselin	47	15-20 år	5-10 år	6-12 måneder	Norge
Helle	50	Mere end 20 år	Mere end 20 år	Mere end 4 år	Norge

Tabel 2: Egenskaber for informanter

For at have repræsentanter for både nye og gamle medlemmer har jeg valgt tre informanter som har været medlem under 1 år og tre som har været medlem i mere end 2 år. Dermed har jeg i mit udvalg repræsentanter for både erfarne og mindre erfarne brugere. Jeg har ikke lagt vægt på hvilket skandinavisk land informanterne befandt sig i, og dermed har jeg fem norske informanter og én dansk. Jeg vil beskrive mine informanter nærmere i Kapitel 4.1.1).

### 3.2.3 Gennemføring af interviewundersøgelse

Interviewundersøgelsen blev gennemført i september 2012. Mine udvalgte informanter blev kontaktet via email (Jf. Bilag 3), og heldigvis var alle seks interesserede i at deltage. Alle

informanterne har underskrevet en samtykkeerklæring<sup>21</sup> (Jf. Bilag 4). Den danske informant blev kontaktet og modtog al information på dansk. Jeg snakkede norsk med de norske informanter og dansk med den danske.

Jeg udførte interviewsene på Skype og optog samtalen med programmet *Call recorder for Mac*<sup>22</sup>. Fire interviews er udført med både lyd og billede og to interviews blev udført kun med lyd, efter ønske fra informanterne. Det at udføre interviews på Skype byder på nogle udfordringer. Først og fremmest skal man være opmærksom på tekniske problemer, som dårlig lyd og internetforbindelse. Ved mit ene interview mistede vi forbindelsen op til flere gange, og som resultat har jeg kun optaget de første 20 minutter af et ca. 45 minutter langt interview. Det skaber også en forstyrrelse når man mister forbindelsen. En anden udfordring ved at bruge Skype, er at kun én kan snakke af gangen. Dette stiller krav til interviewer, fordi man tvinges til at lytte og vente til der er en naturlig pause. Det i sig selv er under alle omstændigheder noget man bør bestræbe, men man risikerer altså at informanten ikke kan høres. Det betyder også at andre former for støj i lokalet kan skabe problemer. Sidst men ikke mindst er en samtale på Skype mindre intim end at sidde ansigt til ansigt, og derfor er der en risiko for at samtalen flyder dårligere. Distancen kan imidlertid også virke afvæbnende, og gøre det enklere at snakke frit. Min erfaring ud fra denne undersøgelse er at samtalen flyder bedre når man kan se hinanden på skærmen.

I mine interviews støttede jeg mig til en interviewguide (Jf. Bilag 5), udarbejdet på baggrund af mine forskningsspørgsmål samt forkundskaber fra spørgeskemaundersøgelsen. Jeg har ikke holdt mig stringent til interviewguiden, men fulgt samtalen hvor den gik. Jeg ønskede at give informanten følelsen af at de kunne tale frit og fortælle deres historie, men var også bevidst om at styre samtalen i en retning som gav mig relevant information. For at verificere svarene og afdække eventuelle misforståelser omformulerede jeg deres svar og gentog dem som spørgsmål. Interviewguiden åbner med en briefing og er derefter delt ind i tre dele. Jeg tager sigte på også at få overblik over andre informationskilder end Ravelry, og stiller både faktaspørgsmål og meningsspørgsmål. Hvert interview blev forberedt ved at se på informantens svar fra spørgeskemaundersøgelsen. På den måde fik jeg en indikation om hvordan informanten arbejder, hvor meget erfaring de har osv. Det gav mig mulighed for at stille mere målrettede spørgsmål og gav mig mulighed for at tjekke spørgeskemaets validitet.

<sup>21</sup> Undersøgelsen er godkendt af Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste (Jf. Bilag 2)

<sup>22</sup> <http://www.ecamm.com/mac/callrecorder/>

Et eksempel på dette var omformulering af spørgsmålet om filtre, hvor jeg fik bekræftet at informanten havde misforstået da hun svarede på spørgeskemaundersøgelsen.

Interviewundersøgelsen blev indledt af et pilotinterview med en Ravelry bruger jeg kender. På den måde fik jeg testet interviewguiden, tidsbrug og interviewteknik. Efter endt interview evaluerede vi processen. På trods af at jeg havde stillet tilnærmelsesvis alle spørgsmål i interviewguiden havde hun følt at hun kunne snakke frit. Jeg justerede interviewguiden specielt i forhold til rækkefølgen på spørgsmålene, og flyttede spørgsmålene om baggrundsinformation til sidst. Det skabte en unødvendig distance fra temaet at spørge om dette som det første. Efter pilotinterviewet følte jeg imidlertid ikke at jeg var kommet så meget i dybden som ønsket. Derfor kunne jeg med fordel have haft et pilotinterview mere, for at finde årsagen til dette. Efter det første interview blev det imidlertid klart at jeg havde vægret mig for at stille spørgsmål som også blev stillet i spørgeskemaundersøgelsen. Det skabte en unødvendig begrænsning, og gjorde interviewet mere overfladisk. Ved at gentage spørgsmål fra spørgeskemaundersøgelsen, der det faldt sig naturligt, fik jeg mere dybdegående svar samt mulighed for at afklare eventuelle misforståelser.

### ***3.2.3.1 Transkribering og analyse***

Jeg har lavet en meningsanalyse af mine interviews, og ikke en sproganalyse. Derfor var det ikke nødvendigt at transkribere så detaljeret med hensyn til pauser, tone og så videre. Jeg har fokuseret på at transkribere korrekt i forhold til hvad informanten siger og mener, og har forholdt mig til et enkelt sæt med regler (Jf. Bilag 6) løst baseret på Kvale og Brinkmann (2009, s. 191). Bekræftende lyde fra interviewer midt i en talestrøm er ikke altid transkriberet. Det ville gøre teksten vanskeligere at læse, og har ikke betydning for analysen.

Transkriberingen er udført på interviewsproget, og citater er gengivet ligeledes. Jeg har også stort set citeret informanterne ordret, for at give et mest muligt korrekt billede af det de har sagt. I tilfælde hvor det samme ord gentages mange gange, eller sætningen brydes op af gentagne omformuleringer som ikke har betydning for meningen har jeg fjernet dette og markeret med (...). Dette for at gøre citaterne enklere at læse.

I analysen har jeg benyttet mig af meningsfortætning, inspireret af Kvale og Brinkmann (2009, s.212). Meningsfortætning er en analysemetode som ikke bare bruges i fænomenologiske studier, men også i andre kvalitative studier. For at gengive umiddelbare meninger med få ord komprimeres lange sætninger til kortere sætninger. Fordi jeg i mit materiale har righoldige og nyancerede beskrivelser af fænomener i dagligsprog, er

meningsfortætning en hensigtsmæssig metode. Jeg læste først hele interviewet igennem, for at få et indtryk af helheden. Så har jeg identificeret naturlige meningsenheder, sådan som de udtrykkes af informanten. Disse beskrev jeg dernæst så kort som muligt, ved at læse på en fordomsfri måde og tematisere ud fra informantens synsvinkel. Den enkelte meningsenhed blev tildelt nøgleord, for lettere genfindning. Derefter undersøgte jeg meningsenhederne i lys af min problemstilling og forskningsspørgsmål, og fordelte dem induktivt i kategorier.

### **3.2.4 Styrker og svagheder**

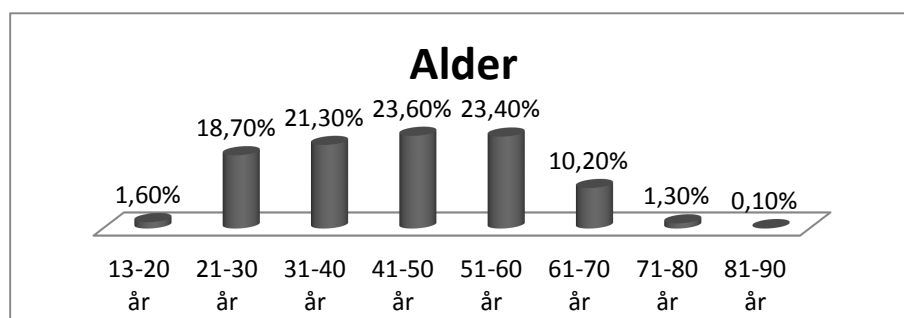
Interviewundersøgelsen gik godt, og alle informanter mødte op som aftalt. Mine informanter var interesserede, engagerede og samtalerne flød godt. Informanterne var reflekterede og villige til at besvare spørgsmålene. Den beregnede tidsbrug viste sig også at være passende. Det var imidlertid en udfordring at bevare en professionel distance, fordi samtalen flød bedre når der var en uformel tone og let stemning. Generelt fik jeg fornemmelsen af at mine informanter gerne ville bekræftes i at det de gjorde var rigtigt. Hvis jeg bekræftede dem fik jeg mere information. Hvis jeg forholdt mig neutral stoppede samtalen ofte op. Derfor forsøgte jeg at bekræfte dem ved at sige at det var spændende eller interessant, i stedet for godt eller rigtigt. Der var nok tilfælde hvor jeg lod mine egne meninger eller erfaringer skinne igennem, fordi jeg blev engageret i emnet. Jeg har alligevel indtryk af at informanterne ikke lod sig påvirke af mig i stor grad, og var ærlige om hvad de gjorde og mente. Det skete flere gange at jeg stillede et ledende spørgsmål, og informanten blank svarede nej hvis de ikke var enige. Som før nævnt så har jeg nok været præget af traditionelle modeller for informationsadfærd, da jeg udformede undersøgelse. Hvis jeg skulle have vinklet undersøgelsen mere i retning af fritidsadfærd og uformel informationsadfærd kunne jeg med fordel have fokuseret mindre på problemløsning.

## 4 Analyse

Jeg vil i dette kapitel præsentere mine resultater knyttet til informationsadfærd som kan identificeres blandt brugerne i min undersøgelse, samt perspektivere dette til mit teoretiske rammeværk og tidligere forskning på området. Jeg vil først præsentere brugerne, deres alder, geografisk placering, interesser, erfaring og aktivitetsniveau. Jeg vil også forsøge kort at beskrive deres forhold til Ravelry. Dernæst vil jeg præsentere forskellige typer informationsadfærd jeg har identificeret både på Ravelry og uden for Ravelry. Det vil sige alle typer informationsadfærd på Ravelry, samt garnrelateret informationsadfærd uden for Ravelry. Jeg har delt analysen ind i tre ganske brede kategorier, nemlig målrettet informationsadfærd, eksplorativ informationsadfærd og social informationsadfærd. Denne inddeling afspejler det teoretiske grundlag jeg havde når undersøgelsen blev udformet. De forskellige typer informationsadfærd er imidlertid koblet sammen, og benyttes gerne i kombination. Jeg vil dernæst undersøge om Ravelry har påvirket brugernes kreative proces, og hvordan mine fund relaterer til tidligere forskning på fritidsaktiviteter. Til sidste vil jeg derfor komme med et forslag til en udvidet Berrypicking model, som er tilpasset et socialt fritidsrelateret informationsmiljø. Omtale af *Respondenter* viser altid til respondenter af mine spørgeundersøgelser, mens *informeranter* viser til deltagere i min interviewundersøgelse. *Brugerne i min undersøgelse* bruges som en samlebetegnelse for både respondenter og informanter.

### 4.1 Hvem er mine respondenter?

I og med at garnrelateret håndarbejde traditionelt udføres hovedsageligt af kvinder, er det ikke overraskende at 98,8% af mine respondenter er kvinder. Det som er mere interessant er at de aldermæssigt fordeler sig ganske bredt (Jf. Figur 12). Den yngste respondent er 13 år og den ældste er 81 år. Jeg har færrest respondenter under 20 og over 71 år, og højest koncentration mellem 41-60 år.

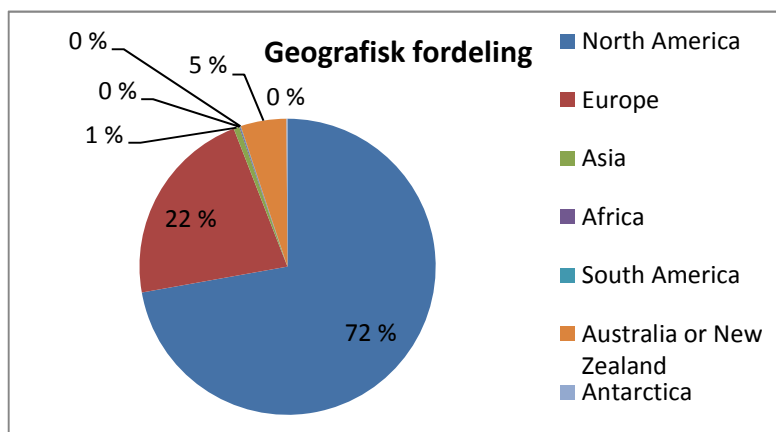


Figur 12: Respondenternes alder



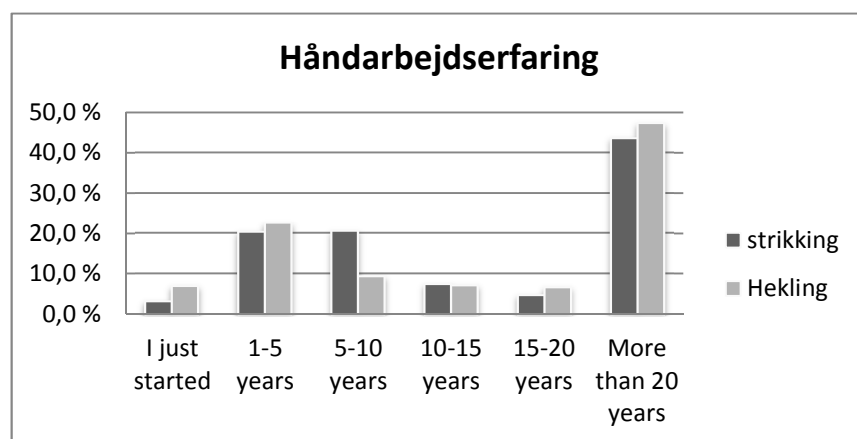
Hovedandelen af mine respondenter (af 99,5% svar) befinder sig i Nord Amerika, hvor Ravelry har sin oprindelse (Jf. Figur 13). Omkring en femtedel bor i Europa, og 5% i Australien og New Zeeland. Det vil sige at 99,1% af respondenterne bor i det man kan kalde ”den vestlige verden”. Jeg har imidlertid også nogle få respondenter fra hver af de resterende kontinenter.

Som forventet strikker næsten alle mine respondenter (97%), men over halvdelen hækler også eller laver andre former for håndværk (*craft*). Det at næsten en fjerdedel også spinder og en femtedel farver garn viser at mine



Figur 13: Respondenternes geografiske fordeling

respondenter er en kompetent gruppe som viser bred interesse for håndarbejde. Ser man på det man kan kalde håndarbejdserfaring, eller hobbykarriere, inden for strikning og hækling, er det også tydeligt at dette er en ganske kompetent gruppe respondenter (Jf. Figur 14). Over 40% har enten strikket eller hæklet i over 20 år , og over 70% har strikket eller hæklet i over 5 år.

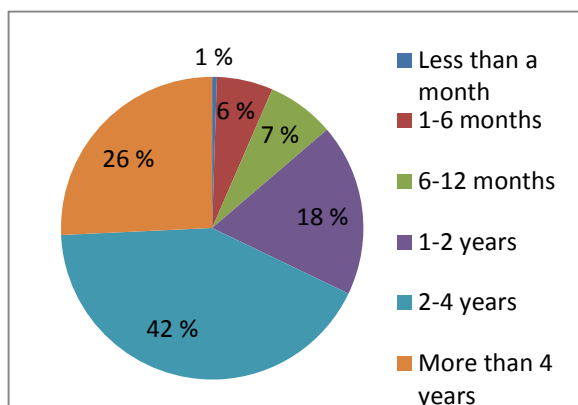


Figur 14: Respondenternes håndarbejdserfaring

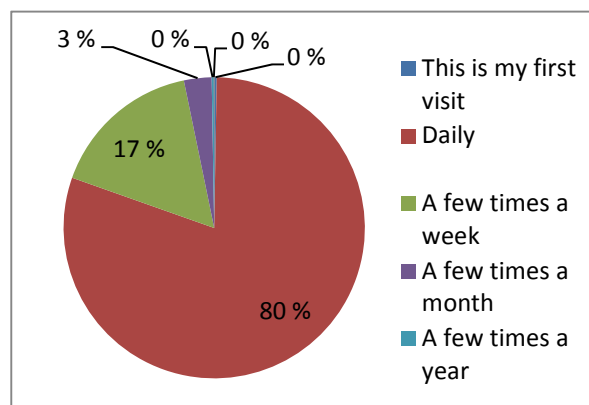
Jeg har imidlertid også repræsentanter fra dem med lidt kortere håndarbejdserfaring.

Også når det gælder aktivitet og længde på medlemskab tegner der sig et tydeligt billede af mine respondenter som

aktive, erfarne og lojale. De fleste af mine respondenter har haft relativt god tid til at sætte sig ind i funktionerne på Ravelry, siden til sammen over 67% har været medlem i mere end 2 år (Jf. Figur 16). En fjerdedel af respondenterne har været medlem i over 4 år (fra starten), og har dermed været med helt fra starten. Under 15% har været medlem under et år, mens nogle få har været medlem under en måned.



Figur 16: Længde på medlemsskab på Ravelry



Figur 15: Besøgshyppighed på Ravelry

Ud over at mine respondenter stort set har været medlem af Ravelry i forholdsvis lang tid, så besøger de også netstedet ofte. Dagligt er 80% af mine respondenter på Ravelry, og over 15% et par gange om ugen (Jf. Figur 15) Det er imidlertid lidt sjovt at 5 (0,3%) af respondenterne har angivet at det er deres første besøg på Ravelry.

Et andet tegn på at mine respondenter er lojale brugere af Ravelry, er at de ikke i særlig høj grad er medlem af andre håndværksrelaterede *online communities*<sup>23</sup>. Siden Ravelry er fokuseret på garnrelateret håndarbejde, er det ikke overraskende at under 6% er medlem af andre *online crochet communities* og under 4% er medlem af andre *online yarn/spinning communities*. Lidt flere er medlem af andre *online knitting communities* (17%), og det kan skyldes at der er et større udvalg at vælge mellem. Siden over halvdelen af mine respondenter også laver andre former for håndværk ville det ikke have overrasket mig hvis de også var medlem af *online communities* med dette som fokus. Det er der imidlertid kun lidt under en femtedel som er, på trods af at der findes et udvalg af den slags *online communities*. *Craftster*<sup>24</sup>, *instructables*<sup>25</sup> og *BurdaStyle*<sup>26</sup> er nogle få eksempler på *online communities* med fokus på DIY og håndarbejde.

For at se hvor aktive mine respondenter var med at bidrage til Ravelry har jeg spurgt dem hvor ofte de udfører forskellige aktiviteter<sup>27</sup>. Det som mine respondenter oftest bidrager med er ser ud til at være *Favorite projects, patterns, yarns etc* (Jf. Figur 17). Over 60% gør dette ofte, og ca 30% gør det ind imellem. Det at markere indhold på Ravelry som favorit er altså en vigtig funktion, som de alle fleste benytter sig af. *Add projects, Post in forums og groups, Queue patterns* og *Add items to your library* er også ting mine respondenter bidrager med

<sup>23</sup> Jf. Bilag 1, Spørgsmål 8

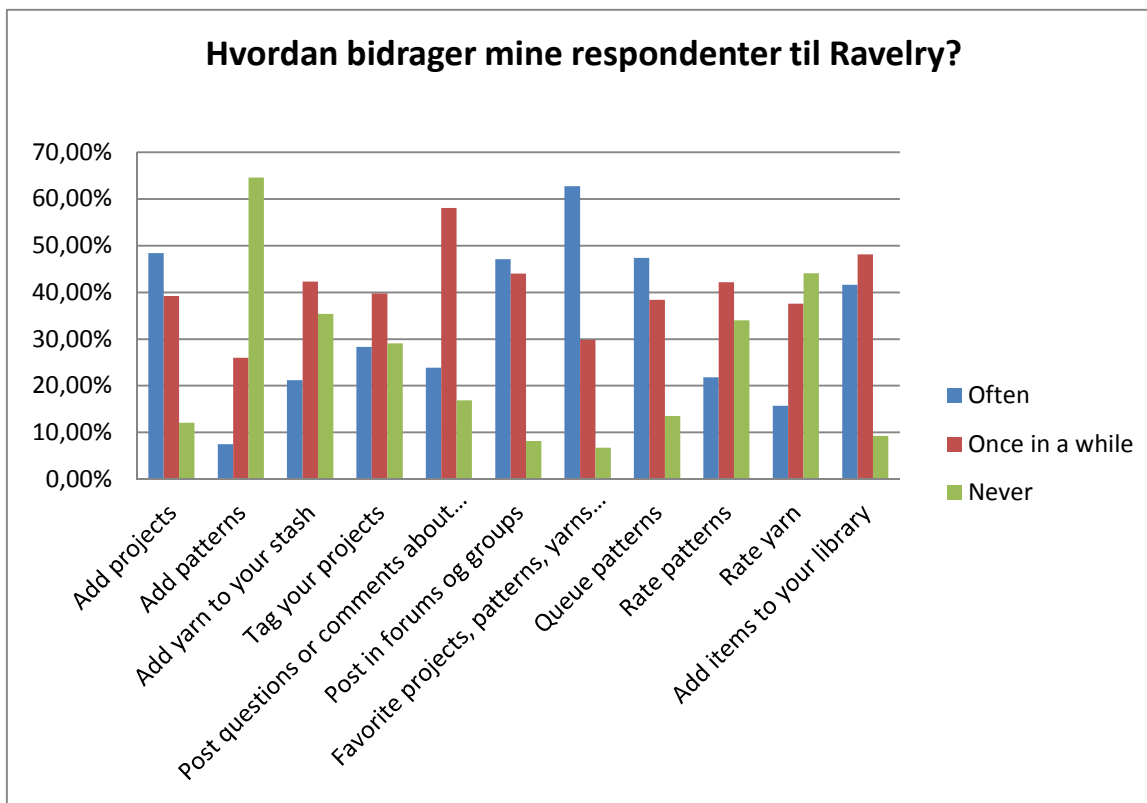
<sup>24</sup> <http://www.craftster.org/>

<sup>25</sup> <http://www.instructables.com/>

<sup>26</sup> <http://www.burdastyle.com/>

<sup>27</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 7

enten ofte eller ind imellem. De fleste af disse er funktioner som hænger sammen med *My notebook*, og altså har som formål at bidrage til projektstyring og selvorganisering. Samtidig med at brugerne registrerer dette for sin egen skyld, bidrager de imidlertid også til Ravelry



Figur 17: Hvordan bidrager mine respondenter til Ravelry?

som erfaringsbase. Det gælder specielt *Add projects*, mens *Queue patterns* og *Add items to your library* nok mest er af personlig interesse. Det er måske ikke så overraskende at over 90% poster i fora og grupper enten ofte eller ind imellem, når ca. 98% af respondenterne har fundet spørgeundersøgelsen enten på et forum eller i en gruppe. Næsten 60% *Post questions or comments about other users projects* ind imellem, mens knapt 24% gør det ofte. Dette viser at der er ganske stor interesse for andre folks projekter, og at respondenterne trækker på hinandens erfaringer.

Det som de færreste af mine respondenter bidrager med er *Add patterns*. Kun 7,5% gør dette ofte, men til sammen er der 33,5% af mine respondenter som tilføjer opskrifter enten ofte eller ind imellem. For at tilføje opskrifter kan man enten være designer eller frivillig redatør på Ravelry. Derfor er antallet egentlig relativt højt, selv om det ikke umiddelbart ser sådan ud. Det bekræfter endnu engang at det er en aktiv og kompetent gruppe som har svaret på min undersøgelse. Andre ting som mine respondenter ikke bidrager med i så høj grad er *Rate yarn*, *Rate patterns* og *Add yarn to your stash*. Rating gør man hovedsageligt for andre skyld, og

derfor er motivationen måske lavere. Kuznetsov & Paulos (2010) har i deres undersøgelse registreret at det ikke er så vigtigt for deres udvalg at *give back to the community*, og måske gør det samme sig gældende for mine respondenter.

Kort sagt så består mine respondenter af kvinder i alle aldre, som hovedsageligt lever i det man kan kalder ”den vestlige verden”. Mange har lang håndarbejds erfaring, og selvom de næsten alle sammen strikker, er der også mange som hækler og laver andre former for håndværk. De besøger Ravelry ofte, og har været medlemmer relativt lang tid i forhold til hvor længe det har eksisteret. De bidrager til Ravelry på mange forskellige måder, men oftest i forbindelse med funktioner som er til nytte for dem selv i deres projektorganisering. De er ikke i særlig høj grad medlemmer af andre håndværksrelaterede *online communities*, hverken garnrelaterede eller andre typer.

#### **4.1.1 Hvem er mine informanter?**

Som nævnt i kapitel 3.2.1 repræsenterer mine informanter både nye og gamle brugere af Ravelry, samt erfarne og mindre erfarne håndarbejdsudøvere. Aldermæssigt spreder de sig fra under 30 til op imod de 50 år (Jf. Tabel 2, s.37). Alle informanterne er hyppige brugere af Ravelry, og besøger netstedet enten dagligt eller et par gange om ugen. Det viste sig at tre af mine informanter tilfældigvis har jobs med relation til håndarbejde, mens tre har jobs i andre brancher – to af dem med baggrund i IT. Dette giver et interessant indblik i forskellige brugspotentialer for Ravelry. I det følgende vil jeg præsentere hver informant kort, for at give et indblik i hvem de er og hvordan de arbejder. Jeg bruger pseudonymer, og de er sorteret efter hvor længe de har været medlem af Ravelry.

##### **4.1.1.1 Om Mia**

Mia er 39 år, er uddannet og arbejder inden for bygge og anlægsbranchen. Hun har strikket og hæklet i over 20 år, og laver også andre former for håndværk. Mia har været medlem af Ravelry i under 6 måneder, og er ikke medlem af andre håndarbejdsrelaterede *online communities*. Hun hørte om Ravelry via en dansk strikkeblog. Hendes sidste projekt er en *knit-a-long*, fra en gruppe på Ravelry. Det vil sige at alle som deltager strikker en mysteriesok, hvor man får lidt af opskriften af gangen. Man skal ikke lave ændringer undervejs, og det er meget atypisk for hvordan Mia ellers arbejder. Det synes hun er udfordrende og sjovt.

#### **4.1.1.2 Om Iselin**

Iselin er 47 år, har uddannelse inden for økonomi, markedsføring og IT, og arbejder i IT-branchen. Hun har strikket i over 15 år, og hæklet i over 5 år, men laver ikke andre slags håndarbejde. Hun har været medlem af Ravelry i under et år, er også medlem af andre strikkerelaterede *online communities*, men bruger Ravelry mest. Hendes sidste garnrelaterede projekt er et par strikkede uglevanter, som hun havde set på Ravelry tidligere og fik lyst til at strikke. Projektet er på mange måder typisk for måden Iselin arbejder på. Hun bruger opskriften som en anbefaling og laver gerne ændringer undervejs. Det er processen som er vigtigst, og hun synes det er morsomt. Hun laver gerne mindre, lidt kortvarige projekter hvor strikkefasthed ikke er så vigtigt. Iselin synes det er hyggeligt og inspirerende at være medlem af Ravelry.

#### **4.1.1.3 Om Tina**

Tina er 28 år, har en bachelorgrad inden for humaniora og arbejder i en garnbutik. Hun strikker derfor både privat samt modeller til butikken hvor hun arbejder. Hun både strikker, hækler, farver garn og laver andre typer håndværk. Hun har strikket i over 10 år, og hæklet i under 5 år. Tina har været medlem af Ravelry i under et år, og er også medlem af andre strikkerelaterede *online communities*. Hendes sidste private garnrelaterede projekt bestemte hun sig for at strikke fordi det var en populær opskrift på Ravelry og blandt bloggere. Hun har en matematisk tilnærmning til at lave ændringer i opskriften, og ved hvad der passer til hendes krop. Hun er optaget af både proces og produkt, og kan godt lide at blande opskrifter, finde på nye ting og eksperimentere med farver. Hun er imidlertid optaget af at det hun laver skal være funktionelt og brugbart. Tina er medlem af Ravelry for at få inspiration og på grund af opskrifterne

#### **4.1.1.4 Om Amalie**

Amalie er 45 år, uddannet kostumemager og arbejder ved en stor norsk kulturinstitution. Hun har en del relationer til æstetik og kreativitet der fra. Hun har strikket i 5-10 år, laver andre typer håndværk men hækler ikke. Amalie har været medlem af Ravelry i 2-4 år, og er også medlem af andre strikkerelaterede *online communities*. Amalies seneste projekt er lavet i et islandsk garn som hun har et varmt forhold til. Det er det første garn hun har fået rigtig strikkefasthed med, og strikkeglæden kom tilbage til hende da hun fandt det garn. Hun kan godt lide at udfordre sig selv ved at lære nye teknikker, og er mere optaget af selve håndarbejdsprocessen end det færdige produkt. Derfor er det tungt at komme i gang med sok

eller vante numer to, fordi alle problemer er løst. Hun er glad for at læse brugsanvisninger, og strikkeopskrifter, og betegner sig selv som lidt nørd.

#### **4.1.1.5 Om Bente**

Bente er 27 år, og har uddannelse både inden for kunsthistorie og design. Hun har brede interesser inden for håndarbejde, og arbejder blandt andet professionelt med syning i flere forskellige sammenhænge. Hun har også designet strikkeopskrifter, og synes at indie-designere<sup>28</sup> har gode muligheder for eksponering på Ravelry, fordi deres opskrifter er ligestillet med etablerede designere i Ravelrys database. Bente har strikket i 15-20 år, spinder garn og laver andre former for håndværk, men hun hækler ikke. Hun har været medlem af Ravelry i 2-4 år, og er også medlem af andre håndarbejdsrelaterede *online communities*. Hendes sidste garnrelaterede projekt er en trøje som er populær på Ravelry. Hun synes det er hyggeligt at bruge lidt tid på sine projekter, og strikker gerne mens hun ser film eller tv. For Bente er processen er lige så vigtigt som produktet. Hun er medlem af Ravelry både på grund af det sociale, personlig organisering af projekter og information om garn, opskrifter, designere osv.

#### **4.1.1.6 Om Helle**

Helle er 50 år, har uddannelse inden for IT og regnskab, og arbejder som regnskabsfører. Hun har strikket og hæklet i over 20 år, og laver også andre slags håndværk. Helle har været medlem af Ravelry i mere end 4 år, og er også medlem af andre strikkerrelaterede *online communities*. Hendes seneste projekt er et tørklæde som hun egentlig ikke havde brug for, men som hun sandsynligvis har fundet via en Ravelry-ven. Et typisk projekt er at hun falder over noget hun synes er fint, og laver ændringer undervejs. Dette specielt for at tilpasse opskriften til sin egen krop, eller fordi hun foretrækker andre farver. Hun er målrettet, gør altid sine projekter færdige og har maksimum to projekter samtidig. Helle er medlem af Ravelry for at arkivere sine projekter, finde opskrifter og information samt diskutere med andres strikkere.

### **4.1.2 Hvorfor være medlem af Ravelry?**

For at få et indtryk af brugernes forhold til Ravelry spurgte jeg i spørgeundersøgelsen hvorfor de var medlem af Ravelry<sup>29</sup>, og gav dem mulighed for at svare helt åbent. Ved at spørge på

<sup>28</sup> Independent designere, dvs. små uafhængige designere

<sup>29</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 6



opskrifter blandt andet i forbindelse med at få ideer til opskrifter, browse opskrifter, få information om opskrifter, designe opskrifter, sælge opskrifter, finde rettelser til opskrifter og se hvordan opskrifterne ser ud på ”rigtige mennesker”. En af mine respondenter har opsummeret grunden til sit medlemskab sådan her:

*I like the abilities to: **find and compare** patterns, including patterns from all different sources= **cross link patterns**, projects, and yarns= get **information and ideas** about techniques I've never tried= and participate in a **community** of people who share my interests! (Min udhævning)*

Det næste ord som skiller sig ud er *information* (430), som også er at finde blandt de 150 mest brugte fraser, i sammenhæng med ord som *yarn*, *find*, *share*, *project* og *pattern*. Det at finde information om for eksempel garn, projekter og opskrifter, samt at kunne dele information er altså vigtige egenskaber ved Ravelry. Blandt de 10 mest brugte ord er også *knitting* (403), *yarn* (379), *projects* (373), *find* (366), *community* (350), *people* (271) og *forums* (245). Disse går igen blandt de 20 mest brugte fraser, med eksempler som *find new patterns* (34), *yarn information* (28), *knitting community* (23), *peoples projects* (22), *great community* (21) og *like-minded people* (15). Alle tre aspekter ved Ravelry kommer altså til udtryk i disse svar. Både databasen, projektsiderne og det sociale. Det er i alligevel koblingen mellem opskrifter og projekter som gør at Ravelry skiller sig ud. Jeg vil komme nærmere ind på hvordan koblingerne er en del af både målrettet, eksplorativ og social informationsadfærd i løbet af analysen. En respondent siger følgende om Ravelry:

*Best fiber resource, bar none. The pattern/project database alone can't be over-valued. What does this sweater look like on a top-heavy figure, knitted in a particular kind of yarn? A book would never be able to show every variable, but often Ravelry does. The community boards are an added bonus, enjoyable, supportive, etc. But those, in theory, could be found elsewhere.*

Selvom diskussionsfora også findes uden for Ravelry, er det alligevel tydeligt at sammenholdet på Ravelry er en vigtig grund til at være medlem. Som tidligere nævnt er *community* og *forums* blandt de 10 mest brugte ord, og ser man blandt de 150 mest brugte ord dukker ord som *friends* (119), *social* (88), *groups* (68), *helpful* (58), *support* (58), *friendly* (27), *friend* (23) og *friendship* (22) op. Det sociale er selvfølgelig vigtigere for nogen end for andre, men kan betyde at en ellers ensom håndarbejdsaktivitet bliver noget socialt. En af respondenterne siger:

*I live in a very rural area with limited access to knitting information and goods. I am also disabled and shopping and socializing are limited by my disease. Ravelry is a huge part of my life.*



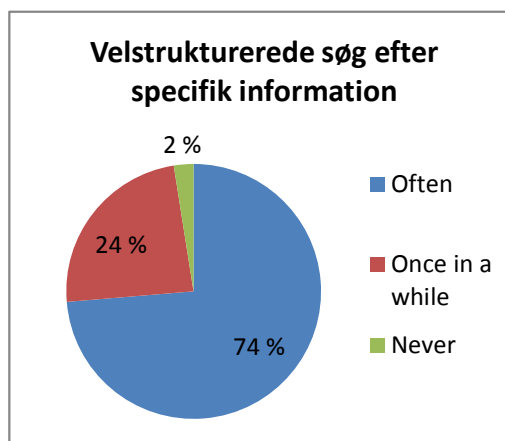
Mine respondenter har med andre ord mange forskellige grunde til at være medlem af Ravelry, og de fleste har mere end én grund. Adgang til opskrifter og information er de vigtigste grunde, men det sociale skiller sig også ud som en vigtig grund.

## 4.2 Målrettet informationsadfærd

Jeg vil i følgende kapitel rette fokus mod det som jeg har valgt at kalde målrettet informationsadfærd.

Det vil sige at brugeren har bevidste, eksplicitte informationsbehov, ofte knyttet til problemløsning eller specifikke opgaver (Jf. Kapitel 2.1.1.1). Jeg er interesseret i hvilke informationsbehov Ravelrys brugere har, hvilke strategier de benytter sig af, hvilke informationskilder de foretrækker i hvilke sammenhænge og i hvor høj grad de har en målrettet informationsadfærd. Jeg vil imidlertid

understrege at målrettet informationsadfærd ikke udelukker andre typer informationsadfærd, men supplerer og er i samspil med dem. Som man kan se i Figur 19 er der ingen tvivl om at mine respondenter bruger Ravelry til velstrukturerede søg efter specifik information<sup>30</sup>. Næsten 3/4 af respondenterne svarede at de gjorde dette ofte, mens den sidste 1/3 gjorde det ind imellem. Jeg vil i følgende kapitel uddybe hvilke funktioner på Ravelry den målrettede informationsadfærd er knyttet til samt hvilke andre informationskilder respondenterne benytter sig af når de har specifikke informationsbehov.



Figur 19: Velstrukturerede søg efter specifik information på Ravelry

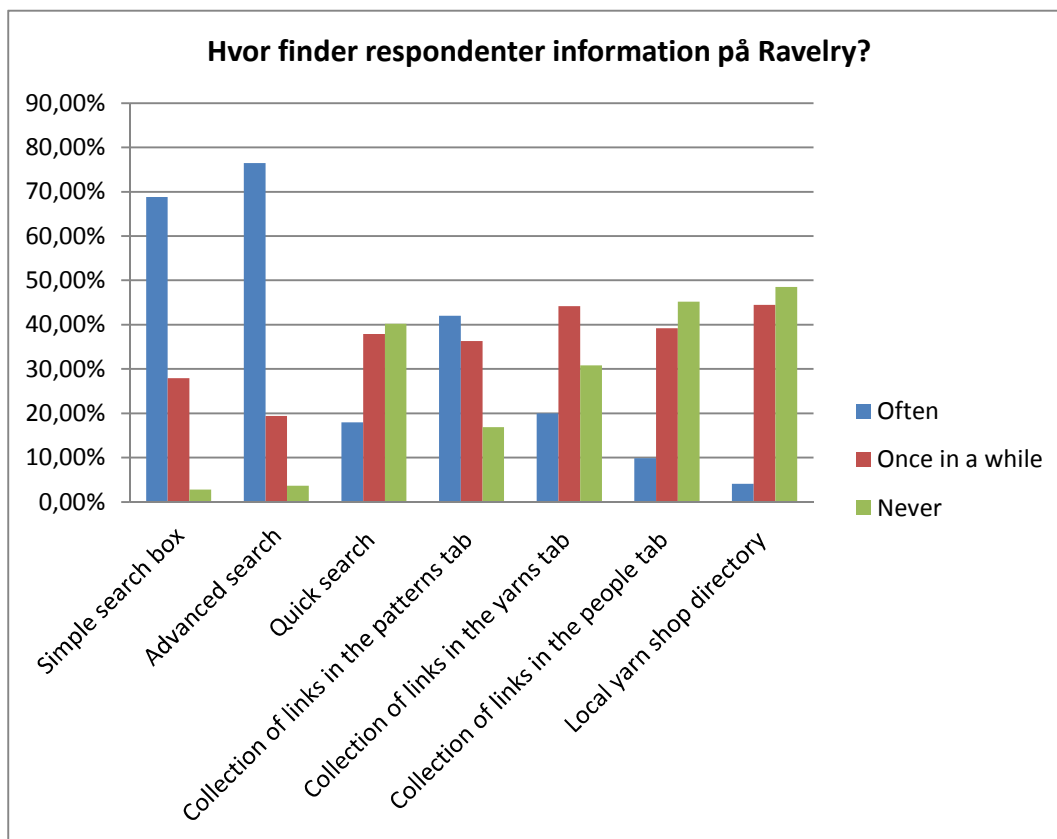
### 4.2.1 Målrettede søgemuligheder på Ravelry

Jeg har spurgt mine respondenter om hvor ofte de bruger forskellige funktioner og komponenter på Ravelry til at finde information<sup>31</sup>. En del af søgemulighederne er tydeligt målrettede, mens samlingerne af links indbyder til mere eksplorativ informationsadfærd. Dem vil jeg vende tilbage til i kapitel 4.3. Det kommer tydeligt frem af svarene at det enkle søg og det avancerede søg er det som bruges oftest (Jf. Figur 20), med aller flest som bruger det avancerede søg ofte (76,5%). Der er under 4% som aldrig bruger disse to søgeindgange, og

<sup>30</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 14

<sup>31</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 10

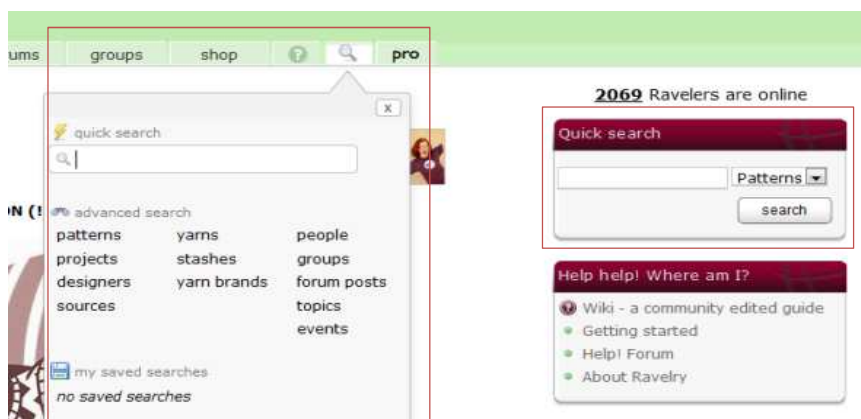
det tyder på at mine respondenter har ganske specifikke informationsbehov. Det skal imidlertid bemærkes at det enkle søg fungerer som en indgang til det avancerede søg, og dermed kan man enten vælge at stille sig tilfreds med de søgeresultater man allerede har fået



Figur 20: Hvor ofte bruger respondenterne følgende funktionalitet til at finde information på Ravelry?

eller raffinere søget ved hjælp af blandt andet filtre. Det kan være en del af forklaringen på at så mange bruger det avancerede søg. Mine informanter bruger også alle sammen det avancerede søg, og har forskellige grunde og strategier. Jeg vil gå lidt mere i dybden med det avancerede søg i kapitel 4.2.1.1.

Også *Quick search* og *Local yarn shop directory* (LYS directory) kan betragtes som ganske målrettede søgemulighed på Ravelry. Ingen af dem blev imidlertid brugt i særlig høj grad af mine respondenter. *Quick search* er placeret så det er let tilgængeligt enten fra forsiden eller i topmenuen, uanset hvor du er på siden (Jf. Figur 21). Alligevel er der kun 40% som bruger det ind imellem, mens ca. 40% aldrig bruger det. På samme måde som det enkle søg, så er *quick search* en indgang til de avancerede søgemuligheder. Derfor undrer jeg mig lidt over at der ikke er flere som bruger det.

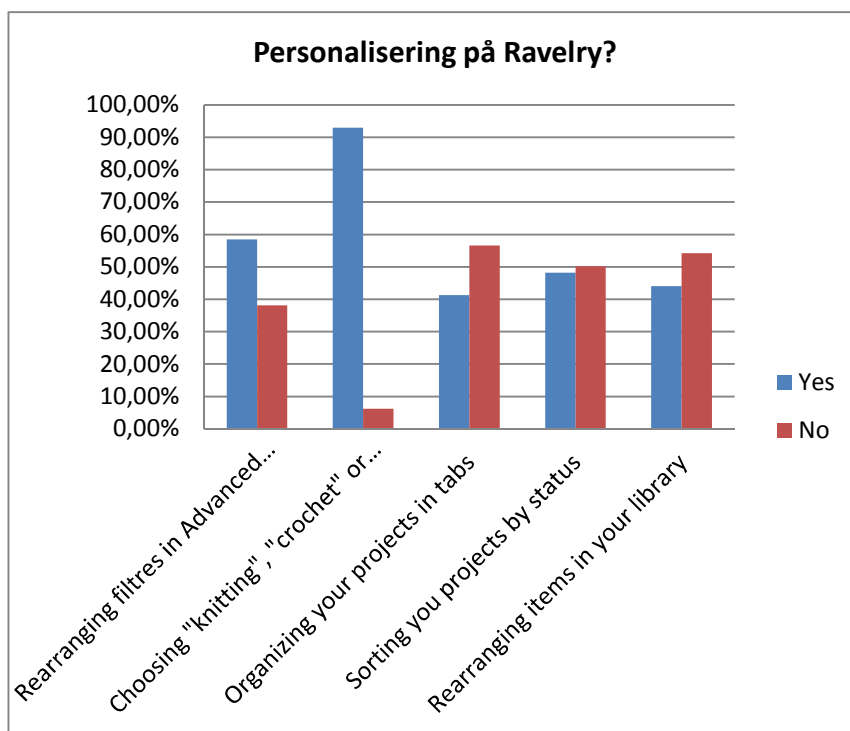


Figur 21: Quick search

*LYS directory* er mindre tilgængelig, som en del af *yarns* tab'en, og jeg er egentlig overrasket over at næsten 45% bruger den ind imellem. På den enkelte butiks

informationsside kan man se kontaktinformation som adresse, telefonnummer og netadresse, få vejforklaring ved hjælp af Google maps, se hvilke andre brugere som har handlet der, hvad for noget garn brugerne har derfra, og hvilke garnmærker de sælger (baseret på hvad brugerne har købt). En anden måde at målrette sine søg på, er ved at personalisere sin profil. Det er både muligt at personalisere sine søgepræferencer, samt personalisere forskellige indstillinger i *my notebook*.

Jeg har spurgt mine respondenter om de bruger disse personaliseringsmuligheder<sup>32</sup>, og i Figur 22 kommer det tydeligt frem at specielt det at vælge hvilken type håndarbejde man er



Figur 22: Personalisering på Ravelry

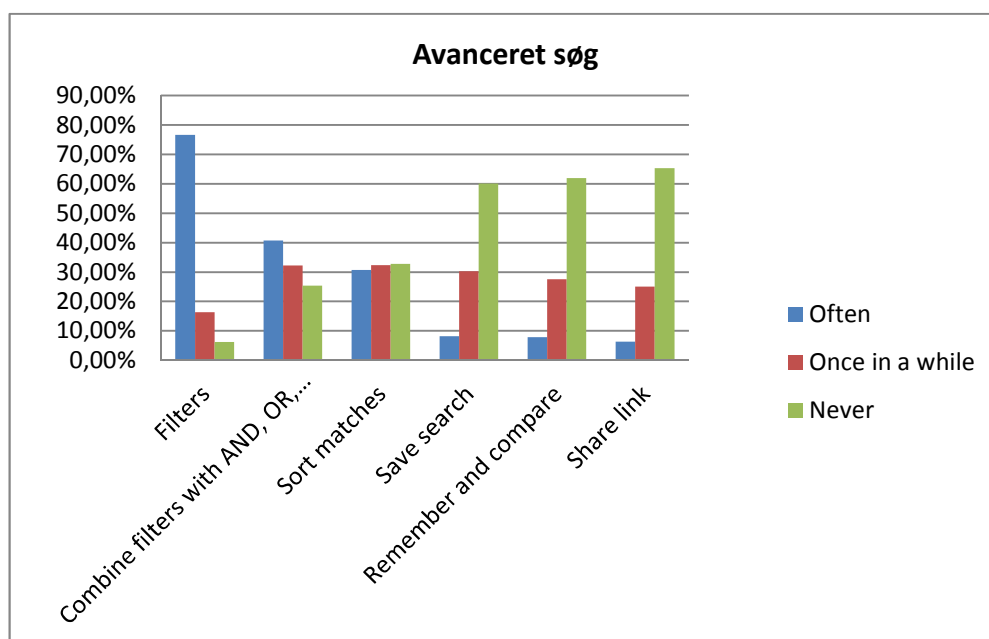
<sup>32</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 12

interesseret i er noget mange bruger (93%). Det er også muligt aktivt at vælge *knitting+crochet*, hvis man er interesseret i begge dele. Disse indstillinger kan justeres ved hjælp af filtre, hvis man skulle ændre mening. *Organizing your projects in tabs*, *Sorting you projects by status* og *Rearranging items in your library* er personaliseringsmuligheder som gøres i *my notebook*. Det er altså personlig organisering, som gør det enklere for brugeren at navigere i egne projekter og ressourcer. At over 40% siger de benytter sig af disse muligheder vidner om at brugerne har en ganske målrettet brug af Ravelry til personlig organisering. Ved at have et aktivt forhold til organisering af egne projekter og ressourcer, letter brugerne genfindning af disse ved et senere tidspunkt.

Disse svar vidner indtil videre om en forholdsvis målrettet søgeadfærd på Ravelry, men siger ikke så meget om i hvilke sammenhænge søgefunktionerne på Ravelry bruges. Det vil jeg uddybe i næste kapitel.

#### 4.2.1.1 Avanceret søg på Ravelry

De af mine respondenter som svarede at de brugte avanceret søg enten ofte eller ind imellem (96%) fik et opfølgende spørgsmål om avanceret søgefunktionalitet<sup>33</sup>. Næsten 77% har svaret at de ofte bruger filtrene i det avancerede søg, mens godt 16% bruger dem ind imellem (Jf. Figur 23).

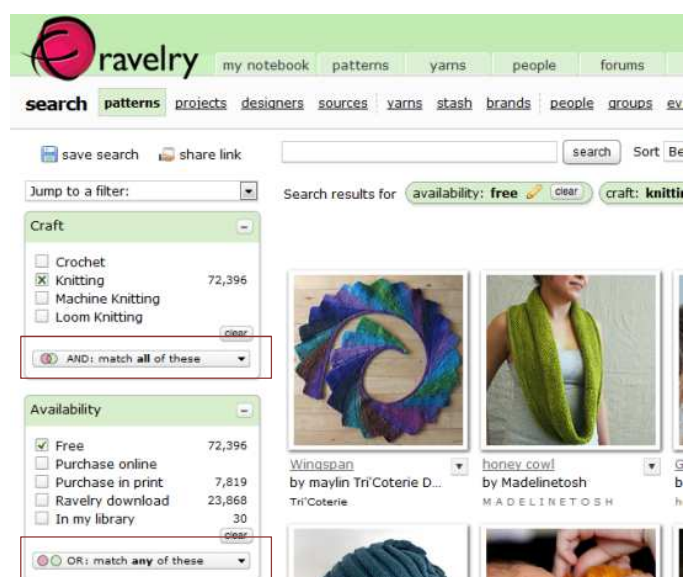


Figur 23: Hvor ofte bruger mine respondenter avanceret søg

<sup>33</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 13

Det at så mange svarer at de bruger filtre ofte er jo interessant, fordi det viser at de er bevidste omkring at funktionaliteten findes. Jeg er imidlertid skeptisk til hvorvidt dette spørgsmål egentlig viser hvor mange som faktisk bruger filtrene. Årsagen er at det avancerede søg hovedsageligt består af filtre, og uden dem er det ikke avanceret søg. Derfor bør alle som har svaret at de bruger avanceret søg i princippet have svaret at de bruger filtre. Jeg har en hypotese om at nogle af respondenterne er usikre på hvad jeg mener med filter. Resultatet siger dermed mest om hvor bevidste respondenterne er på sin brug af filtrene. At til sammen 93% af respondenterne siger de bruger filtre enten ofte eller en gang imellem, viser at de har en bevidst brug af funktionaliteten i det avancerede søg.

Det som er mere interessant med dette spørgsmål er at lidt over 40% siger at de ofte kombinerer filtrene med boolske operatører (AND, OR, NOT), og 32% gør det ind imellem. Det vidner om at respondenterne har en ganske bevidst søgestrategi. Fordi Ravelry har placeret boolske operatører i forbindelse med hvert filter (Markeret med rødt i Figur 24), bliver det enklere at tage dem i brug og måske også



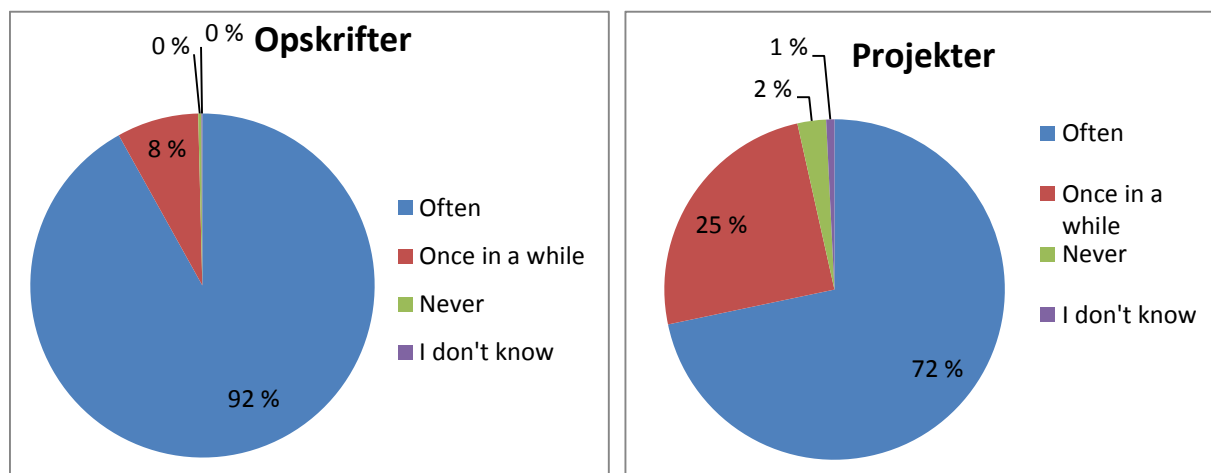
Figur 24: Boolske operatører

enklere at forstå hvilket resultat man kan forvente sig. Også sorteringsmulighederne bruges forholdsvis aktivt, med kun 1/3 som aldrig bruger det. Her kan man for eksempel vælge at se det mest populære, det nyeste på Ravelry eller de enkleste opskrifter.

*Save search*, *Remember and compare* og *Share link* er de funktioner som bruges mindst blandt mine respondenter. Over 60% svarer at de aldrig bruger dem, og under 10% bruger dem ofte. Dette kan være et tegn på at brugerne ikke har behov for at gemme og dele søg, eller er det fordi de gør dette på andre måder? F.eks. ved at mærke ting som favorit. *Save search* og *Share link* burde være ganske synlige øverst på siden, mens *Remember and compare* er lidt mere gemt i en nedtræksmenu under hvert træf.

Det avancerede søg på Ravelry dækker jo egentlig et udvalg af ”baser”, hvor *patterns* bare er en af dem. Det avancerede søg blev imidlertid hovedsageligt nævnt af mine informanter i

forbindelse med søg på opskrifter. Det kan delvist skyldes måden jeg formulerede spørgsmålene i interviewsene, men det kan også være fordi opskrifter er en af de ting aller



Figur 26: Hvor ofte ser respondenterne efter opskrifter?      Figur 25: Hvor ofte ser respondenterne efter projekter?

fleste leder efter på Ravelry. I spørgeundersøgelsen<sup>34</sup> spurgte jeg hvor ofte respondenterne så efter forskellige ting på Ravelry. Her kom det tydeligt frem at opskrifter (Jf. Figur 26) og projekter (Jf. Figur 25) var det som flest så efter oftest. Hele 92% af respondenterne ser ofte efter opskrifter, mens kun 0,3% aldrig gør det. Interessen for projekter var lidt lavere, men 72% som svarer at de ofte ser efter projekter. Ser man tilbage på spørgsmålet om hvorfor respondenterne var medlem af Ravelry, var det også opskrifterne som skilte sig ud som den mest nævnte årsag (Jf. kapitel 4.1.2). Muligheden for at se andre brugeres projekter var imidlertid også en vigtig årsag.

Alle mine seks informanter bruger det avancerede søg på Ravelry hvis der er en bestemt ting de har lyst til at strikke eller hækle. Tina udtrykker det sådan her:

*Nå har jeg jo brukt Ravelry veldig mye, og jeg bruker den der avanserte søkemotoren. (...) Så jeg luker bare på alder og prosjektet og pinnetykkelse og litt sånn type ting, og så stikkord eventuelt. Hvis det er noe spesielt jeg vil søke på. Den bruker jeg ganske aktivt. Den avanserte... (Tina)*

Flere af dem nævner vigtigheden af at begrænse træfmængden, og kunne snævre søget ind. De tager for eksempel aktive valg omkring hvorvidt opskriften skal være gratis, eller hvor tykt garnet skal være. De benytter sig af billeder, og tilføjer filtre efterhånden som de ser hvor mange træf de får. Bliver træfmængden for lav, fjernes nogle af filtrene igen. Mia nævner at hun fjerner garntykkelsen hvis hun får for få træf, fordi hun kan tilpasse opskriften til det garn hun har. Derudover har de ofte kriterier i bagehovedet som sætter begrænsninger, og personlige præferencer som spiller ind. Derfor er det visuelle vigtigt. Helle føler sig så tryk ved det

<sup>34</sup> Bilag 1, spørgsmål 9

avancerede søg på Ravelry at hun har tilbudt sig at sætte søg op for andre brugere hun kender. Hun mener at det handler om at få en passende mængde tref, som giver nok at vælge imellem men stadigvæk er overskuelig. Bente bemærker at hun ikke bruger linksamlingerne (Jf. Figur 20), fordi de gerne viser et tilfældigt udvalg af det som er populært. I det avancerede søg kan man også vælge at se det mest populære, men begrænset til ting man selv er interesseret i. Dermed får man et indtryk af hvad alle de andre laver, men sorterer de mest uinteressante ting væk. Hun siger:

*(...) det er jo mange på Ravelry som har veldig ulik smak enn det jeg har. Eh... Det er noe sånn/hvis jeg/hvis det er den typen prosjekt som er veldig veldig populært, så er ikke det interessant for meg. Sa da... (det har resultert i) at jeg følger litt med på andre kanaler som jeg allerede vet er mere min smak. (Bente)*

Jeg vil komme mere ind på valg af informationskilder og inspiration i kapitel 4.3.1.

Tina, Bente og Mia bruger også det avancerede søg hvis de har garn liggende som de ønsker at lave noget med. Tina har nyligt købt garn på udsalg, og bruger så det avancerede søg til at se hvad andre har strikket med det garn. Hun søger enten på det specifikke garnmærke eller på fibertype og pindetykkelse. Bente starter typisk med garnet og ser hvad det kan blive til. Så snævrer hun søget ind efterhånden som hun ser hvad hun synes er fint. Mia har en svaghed for at købe garn, uden at hun altid ved hvad hun skal bruge det til. Hun beskriver søgeprocessen sådan her:

*Og så sidder man sådan og kigger lidt rundt. Og der er det jo smart at på Ravelry at man også kan tage og vælge garn, og så se hvad folk har lavet med den type. Ja. Og så snævre det ind, ikke. Så man ender med kun at sidde og lede efter øh... trøjer måske, eller et eller andet. (Mia)*

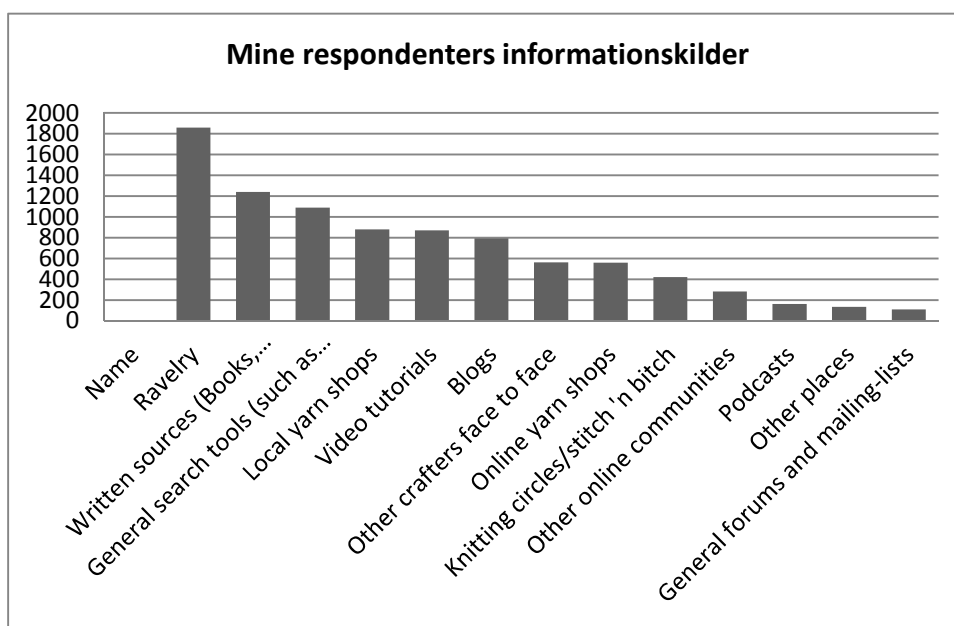
Mia filtrere imidlertid sjældent på pindetykkelse, fordi hun ofte strikker med tyndere pinde end det der står i opskriften. Derfor er det en fordel for hende med gratis opskrifter, hvor man kan tjekke om maskeantalle passer uden at investere penge i det. Helle har ikke så stort et garnlager, men bruger også det avancerede søg hvis hun skal finde en opskrift til noget bestemt garn. Hun tænker først på hvad hun har lyst til at lave med det, og så filtrerer hun på garntykkelse og eventuelt antal meter hun har.

Generelt kan det altså virke som om at brugerne i min undersøgelse er ganske målrettede i deres informationsadfærd, når de ønsker at strikke eller hækle en specifik ting. Informanterne tager enten udgangspunkt i den ting de har lyst til at lave, eller noget garn de ønsker at få brugt. De er bevidste på at begrænse antal træf til en overskuelig mængde, og tilføjer eller fjerner filtre indtil træfmængden er tilfredsstillende. Informanternes brugsområder spejler nok

til en vis grad de spørgsmål jeg stillede i interviewsene, og det er sandsynlig at de avancerede søgemuligheder også bruges i andre sammenhænge. Det viser alligevel at de har en høj bevidsthed omkring deres brug af det avancerede søg, og hvordan de kan målrettet søg efter deres egne behov.

#### 4.2.2 Informationskilder

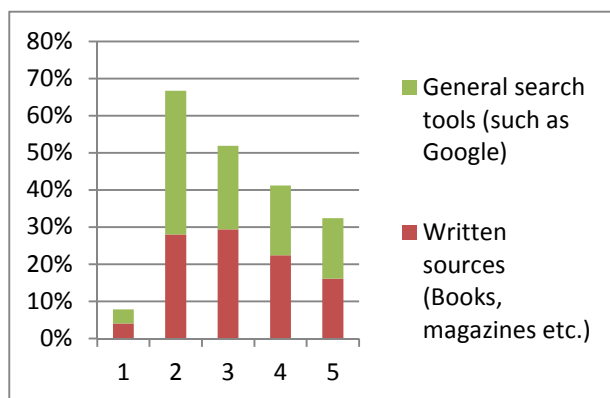
Selvom Ravelry har et bredt udvalg af information, er det ikke den eneste informationskilde brugerne i min undersøgelse benytter sig af. Jeg bad i spørgeundersøgelsen<sup>35</sup> mine respondenter om at rangere de 5 steder de foretrækker at finde information om garn og garnrelateret håndarbejde, ud fra en færdig defineret liste. Desværre præciserede jeg ikke hvilket tal som rangerede højest, og jeg har fået bekræftet via mine informanter at både 1 og 5 kan tolkes som højest på skalaen. Det er imidlertid påfaldende at over 85% har rangeret Ravelry som nr. 1. Det efterlader under alle omstændigheder ingen tvivl om at Ravelry er blandt top 5. Ved at sortere ud fra antal svar (N) ved hvert alternativ får man et indtryk af hvilke svaralternativer flest har valgt til sin top 5, uafhængigt af hvilken plads de ellers måtte have på top 5-listen (Jf. Figur 27).



Figur 27: Mest valgte informationskilder baseret på antal svar

<sup>35</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 22





Figur 28: Generelle søgemaskiner versus skrevne kilder

Også her tegner der sig et tydeligt billede, med 99% af respondenterne som har inkluderet Ravelry på sin top 5. I og med at jeg kun har spurgt Ravelry-brugere er dette jo ikke overraskende. Det viser alligevel at Ravelry er en vigtig informationskilde for sine brugere. Det som imidlertid er lidt interessant er at skrevne kilder som bøger og magasiner (trykte kilder) bruges mindst lige

så meget som generelle søgemaskiner (som google). 66% procent af respondenterne har inkluderet skrevne kilder i sin top 5, mens 58% har inkluderet generelle søgemaskiner. Der er få som har placeret disse to kilder som nr. 1, men ser man på hvor mange procent som har fordelt dem på de forskellige pladseringer ligger de meget jævnt (Jf. Figur 28).

Lokale garnforretninger, undervisningsvideoer og blogs er også vigtige informationskilder, som op imod halvdelen af respondenterne har inkluderet i deres top 5 (Jf. Figur 27). Når det gælder videoer, så har 86% af respondenterne også svaret at de synes video er en god måde at lære sig nye teknikker<sup>36</sup>. Alligevel er det ikke alle som synes at video er en god måde at lære sig nye ting på, og jeg vil komme nærmere ind på hvorfor i næste kapitel. Ansigt til ansigt møder med andre håndarbejdere, online garnbutikker og strikkeklubber er hver blevet valgt på top 5 af over 20% af det totale antal respondenter, mens generelle forum og mailinglister, podcasts, andre online communities og andre steder ikke regnes som vigtige informationskilder af så mange respondenter. Det at så få respondenter har *other places* på top 5 kan tyde på at mine svaralternativer faktisk repræsenterer de fleste af de steder hvor mine respondenter finder information.



Figur 29: Brug af video til at lære nye teknikker

Pisa et al (2010) beskriver i deres artikel et søgetærrer, bestående af Ravelry, Google, fora, blogs, videoer, bøger, telefonsamtaler og interaktion ansigt til ansigt. Mine fund afviger ikke

<sup>36</sup> Jf. Bilag 1, Spørgsmål 23

nævneværdigt fra deres på dette punkt. Ravelry beskrives af Pisa et al. som et samlingspunkt for informationssøg, og foretrækkes af brugerne frem for generelle søgemaskiner som Google når det gælder søg relateret til opskrifter eller garn. Dette fordi Ravelry indeholder domænespecifik information, har en velorganiseret database samt muligheden for at stille spørgsmål til kundskabsrige fagfæller. I de følgende underkapitler vil jeg gå lidt mere i dybden med hvilke informationskilder mine informanter foretrækker i forbindelse med forskellige problemstillinger og behov.

#### **4.2.2.1 *Nettet, Google og Youtube***

Mine informanter bruger i høj grad Ravelry til problemløsning, men det er alligevel ”nettet”, Google eller Youtube som oftest nævnes når mine informanter har tekniske informationsbehov. Tina, Amalie, Bente, Iselin og Helle nævner alle sammen Google i forbindelse med søg på tekniske ting som forkortelser, engelske fagtermer og andre tekniske spørgsmål. Ifølge mine informanter så fører sådanne søg ofte til diskussionsfora hvor andre har spurgt om noget tilsvarende såvel som blogs, infosider eller Youtube. Bente foretrækker træf som er knyttet til strikke/hæklesider som hun stoler på. Tina forklarer at hun ikke så ofte bruger folk omkring sig hvis der opstår problemer, men hellere nettet. Hvis det er vanskeligt kan man finde en video på youtube. Hun siger:

*Men det, det er en sånn ny ting jeg har lært meg av det her () Så jeg tror at det funker veldig mye bedre, og så på litt sånn type nye ting da. Så, funker det ikke at spørre bestemor for eksempel. For at, hun er utrolig flink til å strikke, men hun har jo aldri strikket en engelsk oppskrift. Eller... Hun har jo aldrig gjort noe annet enn å, på en måte, gjøre det på gamlemåten kan du si. (Tina)*

Mia bruger stort set ikke Google til strikkerelaterede søg, selv om hun bruger Google meget i andre sammenhænge. Hun synes at søg på Google enten fører til Ravelry eller Youtube, og derfor vælger hun hellere at starte der. Hun bruger specielt Youtube hvis der er en del af en opskrift som hun har svært ved at forestille sig. Det synes Mia ofte er nemmere end at søge på Ravelry. Hun bruger også Youtube hvis der er en teknik hun ikke har prøvet før.

*Så er Youtube jo simpelthen gaven, hvor man kan lære alt [ler snedigt]. Også måske, ja... også ting der måske ikke er så nødvendige, men øh... Så er det simpelthen bare at lede indtil man finder en video som man kan forstå. (Mia)*

Som Mia påpeger, så må man af og til lede til man finder en video som man kan forstå. Bente siger at hun bruger video nogle gange for at se en specifik strikketeknik, men synes ofte at udfyldende billedserier er lige så informative. Amalie synes at forklaringer med billeder er mere givende en video. Hun vil gerne lære nye ting i sit eget tempo, og har forklaret det sådan her:

*Forklaringer med bilder. Ikke ikke Youtube. Fordi jeg liker eh... Jeg liker at ting går sagte [latter] når jeg skal lære noe nytt. Ja. Så ofte så syns jeg... Det kan være greit å være innom Youtube og se et par ganger, men ellers så liker jeg best stillbilder faktisk.*  
(Amalie)

Alle mine informanter bruker altså "nettet" i en eller anden grad, når de har målrettede informationsbehov. Det drejer sig specielt om strikketekniske spørgsmål og forkortelser. De fleste bruger Google som et trinbræt ind i informationsmassen, og benytter sig gerne af fora, blogs, strikke/hæklesider, og video for at finde svaret på deres spørgsmål. Min informanter fokuserer på Youtube som kilde til video, men andre videosider som videojug.com og ehow.com indeholder også en del garnrelaterede undervisningsvideoer. For nogle er udfyldende forklaringer med billeder en bedre måde at lære nye ting på, fordi man kan tage det i sit eget tempo. Pisa et al. fandt i deres undersøgelse at deres respondenter har en klar præference for Ravelry frem for generelle søgemaskiner, som Google. Dette på grund af Ravelrys omfattende databaser med specialiseret information. Selvom mine respondenter også i højere grad har valgt Ravelry end Google, som foretrukken informationskilde så viser mine informanter at det ikke kun handler om den ene frem for den anden, men at de har forskellige styrker. Pisa et al.'s respondenter benytter sig imidlertid, lige som mine, af et udvalg af kilder i deres informationssøg. En af deres respondenter siger: "*Again it depends on what I need to learn, how fast I need to learn it, and what resources are available*" (2010, s. 5).

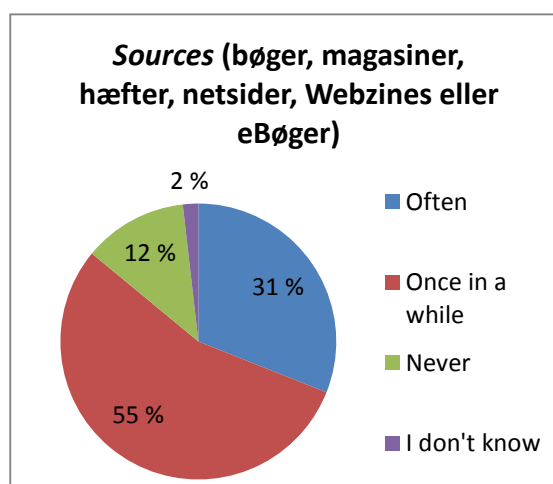
#### **4.2.2.2 Bøger og andre trykte kilder**

Alle mine informanter bruger en eller anden form for trykte informationskilder i forbindelse med deres håndarbejde. Bøger med opskrifter, bøger om håndarbejde fra forskellige lande, hæfter fra garnproducenter eller mere fagtekniske bøger er nogle af de trykte informationskilder som nævnes. Bente køber ikke opskriftsbøger, men finder hellere opskrifterne på nettet. Hvis hun er interesseret i en opskriftsbog låner hun den på biblioteket, for stort set er hun kun interesseret i 1/3 af opskrifterne og ønsker ikke at have dem stående i reolen. Hvis der er henvist til en bog med opskrifter på Ravelry, så går hun på biblioteket og beder dem om at bestille den hjem. Hun bruger også biblioteket til at finde bøger om emner som Ravelry ikke har dækket så godt, som for eksempel islandsk strikning. I den forbindelse synes hun at *search you local libraries* på Ravelry<sup>37</sup> er nyttig. Hun siger:

*(...) de har en sånn bibliotekfunksjon eh... et eller annet sted i den søke... på den søkesiden. Og den synes jeg er helt fantastisk. Eh... De leter jo faktisk frem hvor i verden den boken finnes.* (Bente)

<sup>37</sup> Linker til et søg på den valgte titel i OCLC WorldCat

De andre informanter bruger ikke biblioteket til garnrelaterede informationsbehov i særlig høj grad, fordi de ikke synes deres lokale bibliotek har et godt nok udvalg. Tina nævner imidlertid at hun brugte biblioteket mere da hun boede tættere på byen. Nu låner hun hellere bøger af venner eller køber dem. Amalie låner nogle gange gamle strikkebøger på biblioteket, men foretrækker at købe håndarbejdsbøger på nettet. Hun synes ikke at norske boghandler er specialiserede nok. Også Mia køber en del håndarbejdsbøger på nettet. Begge to nævner Ravelry som et sted hvor de kan udforske bøgerne nærmere. Mia undersøger finder ofte bøger på Ravelry, og synes det er lettere at se hvad det er for en slags bog fordi man kan se opskrifterne og det andre brugere har lavet fra den. Det kan man ikke andre steder på nettet. Ofte køber hun bøger efter hun har set dem på Ravelry. Amalie bruger både Ravelry til at udforske nye bøger, men også til at undersøge bøger hun allerede har, og ser dem i et nyt lys når hun ser hvad andre har strikket fra dem. Hun har mange fagspecifikke bøger i reolen som hun bruger som reference og kobler gerne informationen fra Ravelry med bøger og trykte opskrifter. Også respondenterne fra spørgeundersøgelsen<sup>38</sup> bruger Ravelry til at finde kilder fra det som Ravelry har kaldt *sources* i deres avancerede søg (Jf. Figur 30). *Sources* dækker over bøger, magasiner, hæfter, netsider, webzines eller eBøger – kort sagt kilder som opskrifterne på Ravelry er knyttet til. Det vil sige at selvom der ikke kun er snak om bøger, som min informanter nævner, så drejer det sig i alle tilfælde om kilder til opskrifter, beriget med information fra Ravelry. Ca. 1/3 af mine respondenter ser ofte efter *sources* på Ravelry, og over halvdelen ser efter det ind imellem. Jeg vil komme mere ind på hvordan Ravelry lægger til rette for berigelse af kilder i kapitel 4.4.1.



Figur 30: Hvor ofte ser respondenterne efter *sources*?

Bente har kun én bog, som hun bruger som reference vedrørende strikketekniske ting. Den har hun købt fordi hun ønsker at designe opskrifter selv. Helle har mange strikkebøger, og køber gerne opskrifter hvis hun synes de er fine. Hvis det er vanskeligt at få fat i en opskrift vælger hun imidlertid hellere en anden, fordi der er så mange fine at vælge imellem på Ravelry.

<sup>38</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 9

Som i så mange andre sammenhænge er der nogle som elsker at eje bøger og have dem på hylden, mens andre er mere interesserede i den information som bøgerne kan give dem. De nævner næsten alle sammen at de køber bøger på nettet, og det skyldes nok i høj grad at de benytter sig af håndarbejdsbøger på engelsk. De kan være vanskelige at få fat i, eller meget dyre, her i Skandinavien. Jeg synes det er interessant at så få af dem bruger biblioteket, og at dette har med dårligt udvalg at gøre. Det skyldes måske delvist at bibliotekerne ikke har informeret dem om muligheden for fjernlån?

I min undersøgelse, såvel som i Pisa et al. (2010) vurderes søgeresultaterne på Ravelry altså til at have høj relevans, men Ravelry erstatter alligevel ikke andre online ressourcer, og online ressourcer udelukker heller ikke trykte kilder. Mine informanter anser, lige som Pisa et al.'s respondenter, trykte kilder som vigtige kilder, og kombinerer dem med Ravelry og andre online ressourcer. De har, med andre ord, en sammensat strategi for problemløsning og tilegnelse af nye kundskaber. I næste kapitel vil jeg undersøge hvordan nogen af de sociale elementer på Ravelry bruges som en del af den målrettede informationsadfærd.

#### ***4.2.2.3 På jagt efter erfaringer***

En af de ting som skilder Ravelry fra andre netsider som har samlinger af opskrifter<sup>39</sup>, er at man får adgang til andre erfaringer med den pågældende opskrift. Mine informanter har en ganske målrettet brug af erfaringerne som er samlet på Ravelry. Amalie ser systematisk igennem næsten alle projekter før hun går igang med en opskrift, og er specielt interesseret i dem som andre brugere har markeret med en redningsring (hjælpsomme noter). Hun klipper og limer noter, og samler nyttig information og erfaringer som hun kan bruge i sine egne projekter. Hun mener at alle erfaringer er gode erfaringer, og at man selv kan vælge hvad man vil tage til sig. Mia mener at noget af det vigtigste med Ravelry er opskrifterne, og det at man kan se andre erfaringer og hvordan andre har løst det. Det gør det enklere at vurdere om man skal lave det eller ej. Helle ser også af og til på kommentarer og notater før hun går igang, men som oftest gør hun det kun hvis hun står fast undervejs. Så søger hun i projekterne, og ser om andre er stået fast på det samme sted.

Også Bente, Mia og Helle søger på Ravelry hvis de har problemer med en opskrift som er registreret der. Der er næsten altid nogen som har haft det samme problem før, så man finder gerne svaret hvis man søger på opskriftens navn i fora og grupper.

<sup>39</sup> Som for eksempel <http://garnstudio.com/> eller <http://www.lionbrand.com>

Iselin spørger gerne på Ravelry eller et norsk strikkeforum hvis hun har problemer undervejs. Enten spørger hun på et forum, eller andre brugere som hun kan se har strikket opskriften, og hun får altid svar. Helle veksler imellem at søge, se i fangrupper, spørge i en knit-a-long eller sende melding direkte til designeren.

*Det er også fint med Ravelry, for det er ofte sånn at designeren er på Ravelry selv. Og jeg har flere ganger lagt inn en melding jeg. Enten så finnes det jo grupper”fan av den designeren-grupper” eller så må jeg sende en melding på Ravelry, og jeg får alltid svar.*  
(Helle)

Mia bruger også grupper og fora på Ravelry til at undersøge håndarbejdsudstyr hun vurderer at købe. På den måde kan man se hvad andre mener om det, og se om det er ordentlig kvalitet. Hun er bevidst på at dette er subjektive meninger, og tager kun det til sig som hun kan bruge til noget.

Også egne projekter kan være en kilde til information for mine informanter. Helle registrerer alle projekter på Ravelry, med ændringer og garnforbrug.

*(...) av og til hvis det er veldig enkelt og kjedelig så har jeg latt være og det har jeg angret på et par ganger. Så nå har jeg begynt å ta det enkle og kjedelige også. : for jeg hadde strikket et par sokker til den eldste sønnen min her, og de er jo [fnysar] ikke noe å legge inn. Og så skulle jeg strikke et par til til den neste sønnen min, og så plutselig hadde det vært veldig interessant å hatt detaljer om de forrige.* (Helle)

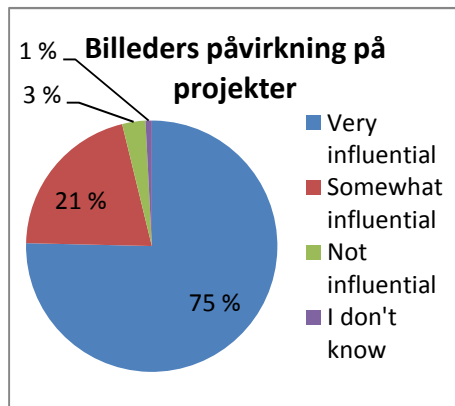
Amalie vender også tilbage til gamle projekter på Ravelry for at se hvordan hun har gjort det, mens Iselin kun registrerer ændringer hvis de er store eller hun føler at hun kan hjælpe andre ved at registrere dem.

Mine informante bruger altså andre brugeres erfaringer på Ravelry ganske målrettet. Nogle som en forberedende aktivitet til et projekt, andre kun hvis der opstår problemer med opskriften undervejs. Nogen søger på opskriften, for at se om andre har haft samme problem. Nogen stiller spørgsmål om opskriften i et forum, og andre går direkte til designeren og spørger. Det de alle sammen er enige om er at de stort set altid får svar. Mine informanter benytter sig altså af Ravelry i startenfasen af et projekt, for at finde en opskrift og samle information, men også på kritiske tidspunkter i løbet af et projekt. Dette stemmer godt overens med Rosner & Ryokai (2009, 2010) samt Rosner og Goodman (2011)' s fund.

### **4.3 Eksplorativ informationsadfærd**

Eksplorativ informationsadfærd er på mange måder mindre håndgribeligt end målrettet informationsadfærd, fordi det ikke nødvendigvis har en fast struktur eller udføres bevidst. Eksplorativ informationsadfærd opstår ofte impulsivt, og er ikke knyttet til eksplicite

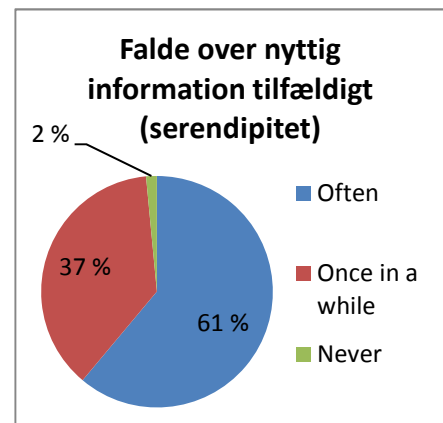
informationsbehov (Jf. kapitel 2.1.1.1). Det er også tæt knyttet til kreativitet og inspiration, som i høj grad er aktuelle når man er involveret i garnrelateret håndarbejde. Eksempler på eksplorativ informationsadfærd er browsing og serendipitive fund. Fordi browsing er en



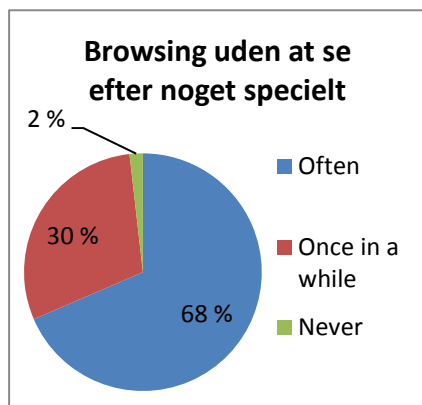
Figur 31: Billeders påvirkning på respondenternes projekter

visuel aktivitet, bør browsing-venlige informationssystemer også indeholde scenarier fyldt med potentielle objekter af interesse (Bates, 2007). Ravelrys brug af billeder billeder kan gøre det enklere for brugerne at browse, og både finde de ting de ved de ikke ved samt de ting de ikke ved at de ikke ved. Jeg har spurgt mine respondenter hvordan billeder påvirker deres projekter<sup>40</sup>, og her er der ingen tvivl om at billeder er en vigtig del af informationsprocessen (Jf. Figur 31).

I kapitel 4.2 vise jeg at 98% af mine respondenterne benyttede sig af velstrukturerede søg efter specifik information på Ravelry enten ofte eller ind imellem. I samme spørgsmål i spørgeundersøgelsen spurgte jeg imidlertid også hvor ofte de browsede eller havde serendipitive fund<sup>41</sup> på Ravelry, med andre andre ord eksplorativ informationsadfærd. I lighed med de velstrukturerede søg var der kun 2% som aldrig browsede



Figur 32: Hvor ofte gør mine respondenter serendipitive fund på Ravelry?



Figur 33: Hvor ofte browser mine respondenter på Ravelry uden at se

eller gjorde serendipitive fund (Jf. Figur 32 og

Figur 33). Mine respondenterne har altså næsten alle sammen en informationsadfærd som både indebærer velstrukturerede søg, browsing og serendipitive fund. Hvis man ser på hyppighed ser man at der er lidt flere som siger at de ofte benytter sig af velstrukturerede søg (74%), end browsing (68%) og serendipitive fund (61%). Der er imidlertid ingen tvivl om at både browsing og serendipitet

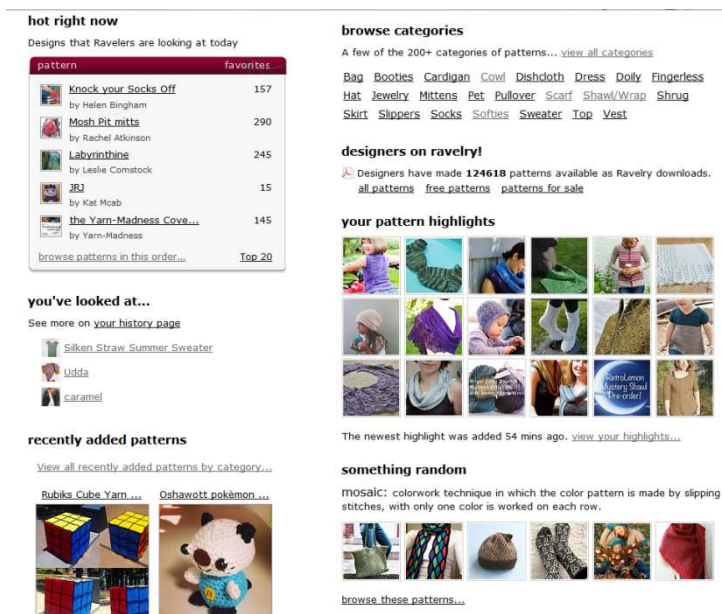
<sup>40</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 19

<sup>41</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 14

er en vigtig del af den samlede informationsadfærd. I og med at dette spørgsmål havde fokus på Ravelry kan man dermed antage at Ravelry er struktureret på en måde som lægger til rette for alle tre typer informationsadfærd.

Ravelry har potentiale til at opfylde mange af Bjørneborns (2008) serendipitetsfaktorer (Jf. Figur 8), i måden de har udformet netstedet på. Brugerne har i høj grad *uhindret adgang* til informationskilder i digital form, og gemmer dem ikke bag kedelige ”omslag” eller uoverskuelige fortegnelser.

Ravelry indeholder, på trods af deres fokus på garnrelateret information, et mangfold af (under)emner, materialer, genrer, personer, aktiviteter og virtuelle rum. Inden for Ravelrys ”begrænsede” kundskabsunivers findes der stor *diversitet* i de emner som er tilknyttet fagområdet. Dette kan trigge brugernes interesse-diversitet, og



Figur 34: Eksempel på link/billedsamling i *patterns* tab

udvikle deres interesse inden for garnrelateret håndarbejde. *Eksponering* er den tredje faktor som Bjørneborn nævner, og han nævner ”øjnefristelser” og ”show-off”-bøger som eksempler. Fordi Ravelry er så visuelt orienteret, findes der et væld af øjefristelser, og deres link/billedsamlinger knyttet til opskrifter og projekter kan have en effekt som tilsvarende show-off-bøger (Jf. Figur 34). Ifølge Bjørneborn bør diversitet og eksponering suppleres med *kontraster*, for at skabe variation i sanseindtrykkene. Dette kan for eksempel skabes ved hjælp af differentierede zoner. Ravelrys inddeling i tabs (patterns, yarns, people, forums og groups) kan måske fungere som sådanne zoner, fordi de giver forskellige indgangsvinkler til stoffet. Dette hænger imidlertid også sammen med serendipitetsfaktoren *multi-reachability*, det at give brugerne mange forskellige indgange til det samme stof. Efter min mening er netop dette en af Ravelrys stærkeste sider. Den komplekse linkstruktur kombineret med sociale elementer giver brugerne en væld af indgange til informationen. Dermed har Ravelry i høj grad bevæget sig væk fra det alt for effektive men kedelige bibliotekskatalog, som McKeen (2006) mener hæmmer serendipiteten, og mod nettets linkstrukturer som i højere grad muliggør



serendipitive fund (Thompson 2006). På baggrund af dette havde jeg en forventning om at identificere serendipitiv informationsadfærd blandt brugerne i min undersøgelse.

En måde som Ravelry lægger til rette for browsing serendipitive fund er altså deres link/billedsamlinger i *patterns*, *yarns* og *people* tabs'ene (Jf. Figur 34). Disse viser en

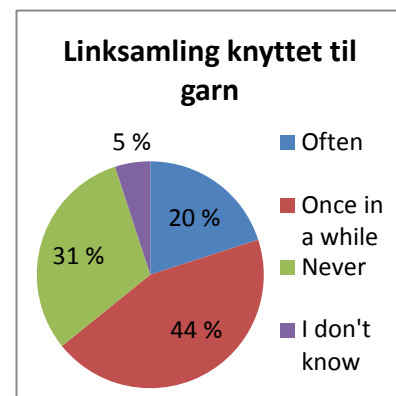


Figur 36: Respondenternes brug af linksamling i *patterns* tab.

kombination af ting som er populære blandt andre brugere, samt tilfældige opskrifter og indhold specielt tilpasset den enkelte bruger. Med andre ord indeholder de både elementer af serendipitetsfaktorene *kontraster*, *eksponering* og *multi-reachability*. Jeg har spurgt hvor ofte mine respondenter bruger de tre linksamlingerne til at finde information<sup>42</sup>, og der er ingen tvivl om at det er linksamlingen knyttet til opskrifter som er mest brugt (Jf. Figur 36). Over 40% siger at de ofte bruger denne

linksamling til at finde information, og næsten lige så mange gør det ind imellem. Ud over at *patterns* tab'en har en indgang til enkelt og avancerede søg

på opskrifter, kan man se et udvalg populære opskrifter, browse kategorier, se opskrifter specielt udvalgt efter din smag, noget du har set på før, nye opskrifter, et tilfældigt udvalg opskrifter, populære attributter og udvalgte garnrelaterede reklamer. Her burde der altså være rig mulighed for at finde tilfældige eller visuelt orienterede



Figur 35: Respondenternes brug af linksamling i *yarns* tab.

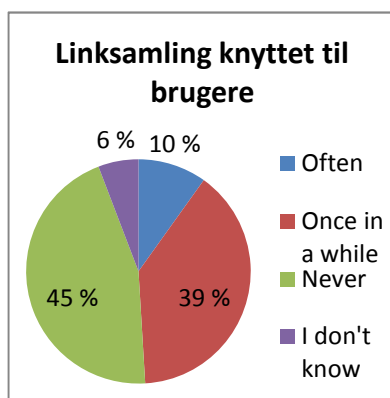
indgange til opskrifter og projekter. Kun halvt så

mange (20%) siger at de ofte bruger linksamlingen knyttet til *yarns* til at finde information (Jf. Figur 35), mens flere

bruger den ind imellem (44%). På *yarns* tab'en er der en indgang til enkelt og avanceret garnsøg, man kan finde populært nyt garn, browse på forskellige fibertyper, søge efter garnforretninger, se nyt garn som er blevet registreret,

se brugere som spinner og farver garn samt udvalgte garnrelaterede reklamer. Her er der både visuelle og tekstlige

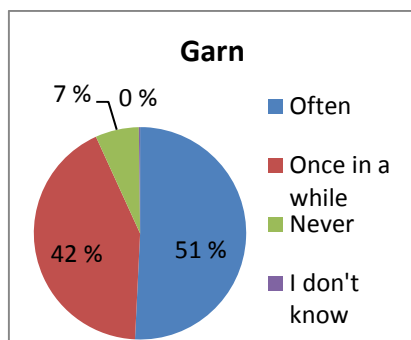
indgange til garn og garnproducenter. Linksamlingen knyttet til *people* bruges i mindre grad



Figur 37: Respondenternes brug af linksamling i *people* tab

<sup>42</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 10

en de andre (Jf. Figur 37). Næsten halvdelen af respondenterne siger at de aldrig bruger den til at finde information. Her finder man en enkelt og avanceret søg på brugere, oversigt over nye brugere, et udsnit af venners aktivitet, et tilfældigt udvalg af favoritter, nyeste færdige projekter og såkaldte naboer. Naboer er andre brugere som har strikket de samme opskrifter som dig selv. Det vil sige at linksamlingen har brugere i fokus, men også kan lede til både opskrifter og projekter.

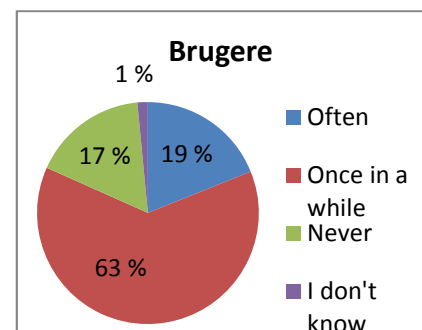


Figur 39: Respondenter som ser efter garn på Ravelry

I og med at opskrifter og projekter er det som mine respondenter er mest interesseret i på Ravelry (Jf. Figur 26 og Figur 25, i kapitel 4.2.1.1), er brugen af de tre linksamlinger ikke så overraskende. Det er *patterns* tab'en som er den mest naturlige indgang til opskrifter og projekter, og dermed er det også denne linksamling som bruges oftest. Ser man på hvor mange som siger at de ser efter garn på Ravelry<sup>43</sup> (Jf. Figur 39), så ser man at kun 7%

siger at de aldrig ser efter garn, mens 31% aldrig bruger linksamlingen i *yarns* tab'en til at finde information. Dermed er der en del af dem som er interesseret i garn som ikke bruger linksamlingen. Det samme gør sig i endnu højere grad gældende i forhold til hvor mange som ser efter brugere og hvor mange som bruger linksamlingen i *people* tab'en (Jf. Figur 38). Linksamlingerne er imidlertid kun en af mange indgang til information om garn eller andre brugere, både målrettet, eksplorativt og socialt.

Linksamlingerne bruges altså mest i forbindelse med opskrifter og projekter. Alligevel bruger minimum halvdelen af respondenterne en af de tre linksamlinger ofte eller en gang imellem. Respondenterne vil altså både have målrettede og eksplorative indgange til informationsressourcerne. Jeg vil i de følgende kapitler komme nærmere ind på hvilke typer eksplorativ informationsadfærd jeg har identificeret blandt mine informanter, både på Ravelry og uden for Ravelry, og hvilken funktionalitet de er knyttet til.



Figur 38: Respondenter som ser efter brugere (people) på Ravelry

<sup>43</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 9

### 4.3.1 Inspiration, kreativitet og serendipitet

Et af de ord som går igen i mine interviews er inspiration. Inspiration hænger gerne sammen med kreativitet, og garnrelateret håndarbejde er nok for de fleste en måde at udfolde sig kreativt på. Kuznetsov & Paulos (2010) nævner at den vigtigste årsag til at deres medlemmer deltager i DIY communities er at få ”*inspiration and new ideas for future projects*” (s. 299). Kreativitet er også en af de aspekter som Björneborn (2010) knytter til eksplorativ eller divergent informationsadfærd, og Stebbins (2007) nævner kreativitet som et muligt udfald eller fordel ved uformel fritidsaktivitet. Inspiration er også en af de ord som er med i ord-skyen baseret på hvorfor folk er medlemmer af Ravelry (Jf. 4.1.2).

Da jeg spurgte mine informanter om inspirationskilder begrænsede de sig ikke til Ravelry, men nævnte et bredt udvalg af både digitale og trykte kilder. En af de informationskilder som dukkede op flere gange var blogs. Tina nævner at hun synes det er interessant at læse blogs både i forhold til sit job og til eget brug. Hun læser om garnfarver og om folk som strikker opskrifter produceret af hendes arbejdsgiver. Dette giver mulighed for at holde sig fagligt opdateret, men også til at få ny inspiration som hun eventuelt kan videreformidle til sine kunder. Også designere er en inspiration for Tina, og hun følger med på når de kommer med nye ting. Dette gør hun også for at støtte op om små og lokale designere. Bente samler inspiration fra designere og blogs når hun falder over det. Det kan være en designer hun godt kan lide, eller en blogger som har samlet ”det fineste jeg har set på Ravelry denne uge”. Hvis hun finder en opskrift hun godt kan lide putter hun den i sin projektkø på Ravelry, eller har det som favorit. Næsten alle opskrifter hun finder på blogs eller andre steder, er nemlig også registreret på Ravelry. Det som er interessant her er at hun bruger blogs og designere som en indgang til Ravelry, hellere end at tage udgangspunkt i Ravelry. Hun siger:

*(...) og så føler jeg at jeg får med meg det trenger av nye mønster gjennom de bloggene som jeg følger. Fordi altså... det er jo mange på Ravelry som har veldig ulik smak enn det jeg har. Og, jeg er for eksempel ikke interessert i å lage eh... dorullholdere for eksempel. (...) hvis det er den typen prosjekt som er veldig veldig populært, så er ikke det interessant for meg. (det har resultert i) at jeg følger litt med på andre kanaler som jeg allerede vet er mere min smak. (Bente)*

Her er der altså elementer af både eksplorativ og målrettet informationsadfærd. Hun søger inspiration eksplorativt, men begrænser alligevel eksponeringen ud fra nogle prædefinerede kriterier. Man kan måske kalde det for planlagt serendipitet. Det at følge blogs og andre inspirationskilder kan sammenlignes med at abonnere på literaturovervågning via akademiske databaser for at holde sig opdateret. Vælger man kun at modtage varsling baseret på specifikke prædefinerede søg, begrænser man sig til et ganske smalt emneområde uden store

muligheder for udforskning. Vælger man imidlertid at udvide til et større emneområde eller specifikke tidsskrifter lader man sig eksponere for stof man ikke ville være kommet i kontakt med via målrettede informationssøg. Bates nævner *journal run* som en af metoderne hun observerede i udviklingen af Berrypicking-modellen, og det indeholder på mange måder samme blanding af målrettethed og tilfældighed. Amalie har en tilsvarende taktik, men med fokus på en garnproducent hun er glad for. Hun følger med på garnproducentens netside, og ser når der kommer nye hæfter med opskrifter. Det er en fast tradition at hun forhåndsbestiller hæfterne, og får dem tilsendt. På den måde eksponerer hun sig selv for opskrifter i en speciel type garn, og sikkert også i en speciel stil, som hun foretrækker. Hun kan imidlertid ikke vide hvilke opskrifter hæfterne kommer til at indeholde, og derfor kan dette også betegnes som en form for planlagt serendipitet.

Amalie har et dagligt søg på *patterns*, hvor hun browser de nyeste opskrifter som er blevet lagt ud på Ravelry. Det eneste hun filtrere væk fra søget er babytøj og hækling. På den måde får hun et bredt udvalg af opskrifter, som ofte gør at hun opdager nye interessefelter hun ikke vidste at hun havde. Hun har altså en ganske bevidst strategi for at ”falde over” interessante ting. Hun vælger at eksponerer sig selv for en næsten helt tilfældigt udvalg af opskrifter, i håb om at hun finder noget hun kan lide og eventuelt nye interessefelter. Før i tiden så Helle, lige som Amalie, også meget på de nyeste opskrifter som blev lagt ud på Ravelry, men hun har ændret sin taktik. Hun siger:

*Nå er jeg egentlig mere glad i å se på det alle andre ser på, for det har de jo også en liste på. Da ser man jo ofte det nyeste som er kommet, der også. Og som regel/og ikke de ispedd masse rare ting, for ofte så er det... Jeg la merke til, i de nyeste mønster så kommer det ofte noe... ras inn av masse rart. Altså du kan jo tenke deg, så er det plutselig noen som har tatt en (sjau) og lagt inn dropsmønster fra 80-tallet og sånn. (Helle)*

Ud over at følge designere via blogs nævner Bente også at designere på Ravelry kan være en indgangsportal til at finde flere opskrifter. Hvis hun har fundet en opskrift hun kan lide går hun ind og ser om designeren har lavet flere ting som hun godt kan lide. Det sker ofte at hun finder andre interessante ting på den måde, eller også opdager hun at det kun var den ene ting hun var interesseret i. Denne metode rummer også elementer af planlagt serendipitet. Når jeg spurgte mine respondenter hvor ofte de så efter designere<sup>44</sup> svarede ca 1/3 at de ofte så efter dem, mens 61% så efter dem ind imellem. Mine informanter er altså ikke de eneste som interesserer sig for designere på Ravelry, enten af målrettede (Jf. 4.2.2.3) eller eksplorative årsager.

<sup>44</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 9

Amalie er kostumemager og har en del relationer til æstetik og kreativitet fra sit fag. Hun er meget visuelt orienteret og klipper for eksempel billeder ud med fine farvekombinationer, og bruger det som inspirationskilde. Helle synes at Ravelry er en god inspiration til at finde farver. Også forskellige trykte kilder er til inspiration for mine informanter. Iselin nævner at hun lige har købt et norsk håndarbejdsblad, hvor hun fik inspiration til at strikke en poncho. Hun har imidlertid også mange bøger i reolen, som hun læser i og får inspiration fra. For eksempel bøger om vanter eller garnrelateret håndarbejde i andre lande. Hun har også en bog om hvordan man kan strikke ting med kun et nøgle garn, og bruger gerne den hvis hun har restegarn. Hun kombinerer opskrifterne i bogen med at se hvad andre brugere på Ravelry har strikket fra den. Amalie kan også godt lide at læse i strikkebøger, uden at det behøver at føre til noget. Lige som Helle kan hun godt lide at læse om forskellige landes egenart inden for strikning, og bruger det som inspiration. En fast inspirationskilde for Mia er en bestemt designers opskrifter på sjaler og tørklæder, som kan tilpasses alt garn. Størrelsen bliver afhængig af garntykkelse og garnmængde. Man kan se på andres projekter hvad resultatet bliver, om det bliver et tørklæde, et sjal eller et tæppe.

I kapitel 4.2 om målrettet informationsadfærd viste jeg et udvalg af målrettede metoder for at løse blandt andet tekniske udfordringer. Det er imidlertid også muligt opsøge teknisk information på en forebyggende og eksplorativ måde. Bente siger at hun læser en spørgespalte på Ravelry, hvor der gennemgås forskellige teknikker som kan være nyttige, som for eksempel hvordan man syr forskellige typer strik sammen.

*Så den leser jeg mye, sånn at jeg på en måte lagrer kunnskapen til senere, uten nødvendigvis å ha et prosjekt som jeg trenger den hjelpen på nå. Men den har jeg brukt flere ganger, når jeg har kommet over noe, som jeg tenker «åh ja, det her tror jeg faktisk jeg har lest om før». Så, og så går tilbake og leser det på nytt igjen. (Bente)*

Mia har en tilsvarende metode, hvor hun bogmærker netsider med teknisk information som andre har linket til. Dette bruger hun mest til inspiration eller hvis hun keder sig, ikke hvis der opstår problemer med et konkret projekt. Dette stemmer godt overens med Torrey et al.'s (2009) fund. Deres informanter benyttede sig i høj grad af browsing på blogs, fora og mailinglister for at finde information serendipitivt. Et andet interessant koncept som kom frem i denne undersøgelse var såkaldte *informationsgaver*. Deltagerne informerede deres sociale netværk om igangværende projekter i håb om at modtage informationsgaver, altså nyttig information i relation til deres projekter. Det har jeg ikke observeret blandt mine brugere.

### 4.3.2 Favoritter, venner og naboer

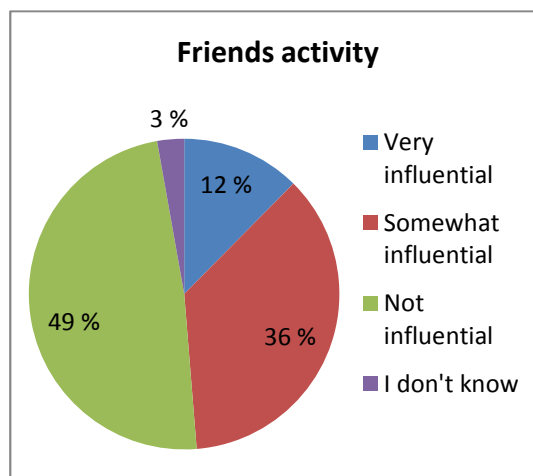
Jeg har i forrige kapitel nævnt noget af funktionaliteten på Ravelry, som kan bidrage til eksplorativ informationsadfærd. Jeg vil i dette kapitel gå lidt mere i dybden med sociale funktioner som favoritter, venner og ”naboer” i tilknytning til eksplorativ informationsadfærd.

Tina tilføjer gerne folk som venner hvis de har lavet noget hun godt kan lide. På den måde kan hun gå ind og se på hvad de kan lide, og det synes hun er en fin

inspirationskilde. Helle browser ofte på *friends activity*, fordi det giver en lidt tilfældig inspiration at se det som hendes venner laver eller kan lide. Det kan også betegnes som en form for planlagt serendipitet. Omkring halvdelen af mine respondenter siger også at deres projekter påvirkes af *friends activity* (Jf. Figur 40)<sup>45</sup>. Både Bente og Iselin går ind og ser på sine egne favoritter med jævne mellemrum, og bruger dem som inspiration.

Ravelry har en ”nabofunktion”, som en del af *people* tab’en, hvor man kan se en oversigt over andre brugere som har strikket mange af de samme opskrifter som en selv. Dette kan give en indgang til andre brugere som har samme smag som en selv, og dermed måske være en inspiration til at finde fagfæller. Nogle af informanterne nævnte den på eget initiativ, og med andre spurgte jeg specifikt ind til det. Tina siger at nabofunktionen er nyttig til at finde andre som kan lide de samme ting som en selv. Mia bruger også nabofunktionen og synes det kan være næsten skræmmende hvor mange ting man har til fælles. Hun går ind og ser på de ting de har lavet som ikke er fælles, og det kan være en inspiration. Helle brugte nabofunktionen mere før, men ikke så meget længere. Bente, derimod, har kigget på nabofunktionen og synes det er lidt kedeligt. Hun siger:

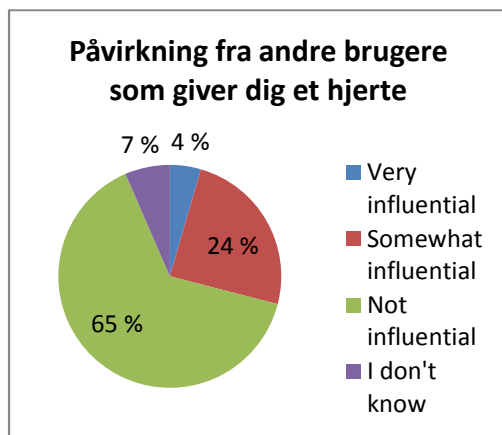
*Men jeg tror kanskje jeg oppdaget at jeg synes det var litt kjedelig, fordi... så mange av prosjektene var like. [latter] (litt rart), for vi har jo alle strikket det samme, da. Men det kan hende at det har noe med at jeg strikke ferre sokker, enn det veldig mange andre på Ravelry gjør. Eh... Så, for hvis jeg for eksempel har samme smak som noen, og så liksom nesten alle andre prosjektene er sokker. Ehm... så/ detter jeg litt av. Så er det litt sann... «eh... det var ikke så interessant». (Bente)*



Figur 40: I hvor høj grad påvirkes mine respondents projekter af *friends activity*?

<sup>45</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 19

Jeg har nævnt at flere går ind og ser på sine favoritter når de vil have lidt inspiration. Måden



**Figur 41: I hvor høj grad blev respondenternes projekter påvirket af andre brugere som giver dem et hjerte?**

man vælger noget som favorit er at give det et hjerte, og jeg er specielt interesseret i om mine informanter går ind og ser på de brugere som har givet deres projekter et hjerte. Tina synes det er helt fantastisk hver gang nogen giver hende et hjerte. Siden hun kun har været medlem i et år har hun ikke så mange projekter, men når det sker så følger hun dem af og til som ven. Ikke fordi at man så er bedste venner, men fordi man ofte har samme smag. Iselin går også ind og ser på brugere som har givet hende hjerte, men indtil videre har det ikke været så

mange. Som regel har de også lavet noget som hun synes er fint, og så putter hun det i sine favoritter. Både Helle og Mia bliver også nysgerrige på andre brugere hvis de giver dem hjerter, og Mia har somme tider fundet ud af at de laver meget det samme som hende selv. Det at give hinanden hjerter skaber altså et udgangspunkt for eksplorativ informationsadfærd. Jeg har spurgt mine respondenter i spørgeundersøgelsen i hvor høj grad deres projekter bliver påvirket af *users who favorite your projects*<sup>46</sup>. Her burde jeg nok hellere havde spurgt om de blev inspireret, eller om de blev nysgerrige, fordi påvirkning er et lidt abstrakt koncept. Dette var et af de spørgsmål med højest procent af respondenter som var i tvivl (7%) (Jf. Figur 41), og det kan også være et tegn på at de ikke helt har forstået hvad jeg mente. Over halvdelen har altså svaret at de ikke lader sig påvirke af andre brugere som giver dem et hjerte, mens næsten 1/3 lader sig påvirke i nogen grad. Jeg vil se nærmere på sociale påvirkninger i Kapitel 4.4. Det kan imidlertid virke som om at de fleste af mine informanter lader sig påvirke af brugere som har givet deres projekter hjerter. Mia og Bente ser også gerne på andre brugeres projekter hvis de siger noget i en diskussion. Bente siger:

*Hvis jeg har blitt overrasket over noen sitt svar. Enten hvis jeg er veldig enig, eller hvis jeg tenker at «det her er jo helt på ville veier». Så klikker jeg inn på profilene, og så kigger jeg på ting de har laget, og så... og så roter jeg meg bort og så vet jeg ikke helt hvorfor jeg er der i det hele tatt [latter].*

Bente går også gerne ind og ser på brugere hun ikke kender som har kommenteret et af hendes projekter, vil være ven med hende eller sende en melding på Ravelry. Hun går ind og ser på deres projekter, hvilken stil de har og finder ofte ting hun godt kan lide på den måde. Bente

<sup>46</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 19

bruger også de nyeste projekter som en indgangsport til andre brugeres projekter. Hvis hun ser et projekt hun godt kan lide, så ser hun hvad den bruger ellers har lavet. På den måde opdager hun brugere som har samme smag som hendes selv, og deres projekter bliver en inspirationskilde.

### 4.3.3 Ravelry som fritidsaktivitet

Min undersøgelse viser at eksplorativ informationsadfærd spiller en ganske stor rolle i brugernes samlede informationsadfærd. Aktiviteten på Ravelry er ikke altid knyttet til specifikke informationsbehov, og af og til kan det at være på Ravelry faktisk være målet i sig selv. Amalie siger ”Ofte så... eh, ofte så sitter man jo bare å... å leker, holdt jeg på å si. På Ravelry, og så finner noe som, som som faller. Som man har veldig lyst til å lage” (Amalie). Også Bente mener at Ravelry giver gode muligheder for tidsfordriv, fordi man der er lagt til rette for at man kan navigere ganske frit. Hun har ofte mange faner åbne i browseren samtidig, og glemmer hvad hun er i gang med undervejs. Tina bruger Ravelry som tidsfordriv hvis der en sjælden gang er stille på arbejdet, og tager gerne udgangspunkt i hvad hendes venner har lavet. Iselin siger at hun stort set ikke er så målrettet i måden hun søger på Ravelry.

*Men eh... i en sånn, en generell kveld, så vil du heller se at jeg bare sitter og blafrer rundt. Hvis du hadde fulgt min eh... sti da. De siste ukene. Og sett på hva jeg har klikket på og liksom «her gjorde hun sånn og sånn». Så hadde det vært ganske mye sånn... ja, tilfeldig. Jeg har kanskje lurt på om jeg skal strikke en vest til mamman min, og så kigger jeg på vester, og så sporer jeg kanskje av og ser på noe garn, og så... ja. Frem og tilbake. (Iselin)*

Iselin synes det fungerer godt at ”blafre rundt” på Ravelry, fordi informationsressourcerne har mange indgange, med andre ord *multi-reachability*. Også Mia siger at det er meget tilfældigt hvad hun falder over, og tit kan hun ikke huske hvor hun har fundet ting. Det gælder både på Ravelry og på ”nettet” ellers.

*For det er også somme tider bare en kommentar der/til noget man har læst på en blog måske, at der er et link til et eller andet sted. Og så... så går det videre derfra, så fem minutter senere så ved man ikke... altså, lige præcis hvordan man er endt der. Men øh... Det er jo det gode ved det. Det er jo også det der tager alt den der tid, ikke. At man bare liiige skal, og så går der... ja... lang tid. (Mia)*

De fleste af os har nok oplevet at blive revet med når vi surfer på nettet, og nogle gange er det også målet i sig selv. Som før nævnt, så gør linkstrukturer på nettet at man kan følge en vilkårlig sti af information, uden at have et klart formuleret informationsbehov. Et eksempel på dette er når man klikker sig fra video til video på Youtube, baseret på de anbefalinger som dukker op efterhånden. Mine informanter ”surfer” også på Ravelry, og bruger gerne lang tid



på at klikke sig rundt uden noget specielt mål. På den måde bliver Ravelry som en uformel fritidsaktivitet i sig selv, og det vil jeg diskutere nærmere i kapitel 4.6.

#### 4.4 Social informationsadfærd

Jeg vil i dette kapitel undersøge hvordan mine informanter inkorporerer sociale elementer i sin informationsadfærd. Jeg er både interesseret i social informationsadfærd knyttet til sociale relationer i den virkelige verden, eller til social funktionalitet på Ravelry og andre steder på nettet. Siden Ravelry er et socialt netsted kan man forvente at brugerne benytter sig af sociale funktioner som en del af deres informationsadfærd. Ravelry har som før nævnt både elementer fra det som Chi (2009) kalder *Social answering systems* og *Social feedback systems*. Jeg har undersøgt hvordan brugerne benytter sig af fora og grupper, det man kan kalde for *social answering system*-elementer, samt af eksplicit *social feedback* som en del af deres informationsadfærd. Et åbenlyst socialt element som jeg ikke synes er dækket så godt af dette teoretiske rammeværk, er venner og andre brugere på Ravelry.

Som jeg nævnte i kapitel 4.1 om mine respondenter, så har jeg spurgt i hvor høj grad de bidrager med forskellige aktiviteter på Ravelry. Disse aktiviteter er gerne knyttet til funktionalitet som muliggør enten *social answering*-elementer eller *social feedback*-elementer. Funktionaliteten på Ravelry indeholder alle sammen elementer, som har en social ”nytte” for andre brugere, men der er forskel på hvorfor brugerne bidrager med de forskellige ting. De fleste af de mest brugte funktioner er knyttet til *My notebook*, og altså har som formål at bidrage til projektstyring og selvorganisering. Brugeren bidrager altså i første række til sig selv, men bidraget kommer også fællesskabet til gode. At poste i fora og grupper er imidlertid et mere tydeligt bidrag til fællesskabet, selvom dette selvsagt også kan gøres udelukkende for at tilfredsstille sig selv. Rangering af garn og opskrifter er noget man hovedsageligt gør for andres skyld, og rangering har et tydeligt socialt element. Man ønsker at formidle til andre hvad ens oplevelse af det pågældende produkt er. Det var imidlertid en af de ting som mine respondenter bidrog mindst med. Måske fordi Ravelry giver mulighed for så mange andre måder at give sin mening til kende på.

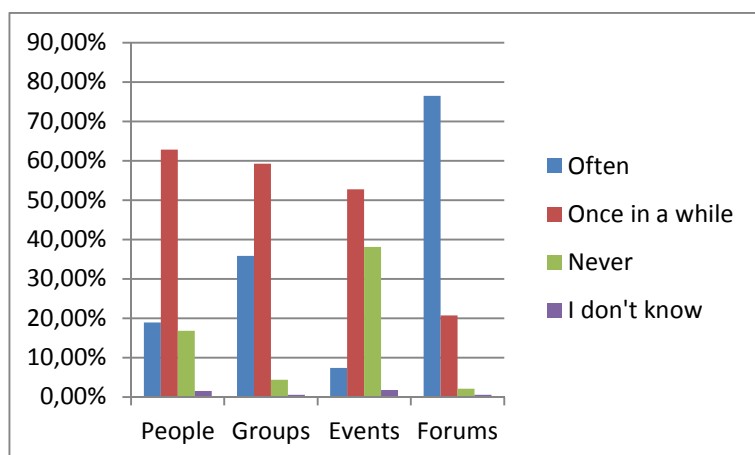
Ser man på de grunde som mine respondenter har givet til at de er medlem af Ravelry (Jf. kapitel 4.1.2), så er der en række sociale elementer som spiller ind. Ord som blandt andre *community*, *people*, *forums*, *social*, *friends* er alle sammen knyttet til noget socialt, enten implicit eller eksplicit. I forbindelse med målrettet informationsadfærd (Jf. kapitel 4.2.2.3) bruges flere forskellige sociale funktioner. De opsøger målrettet andre brugeres projekter,

specielt i forbindelse med problemløsning eller som forberedelse til et nyt projekt. Her vælger nogen specifikt at opsøge projekter mærket med specielt hjælpsomme noter, en af de mange former for social feedback på Ravelry. En anden form for målrettet brug af *social answering*-elementer, er brug af fora og grupper, både på og uden for Ravelry, til problemløsning. Flere af mine informanter påpeger at de benytter sig af denne strategi, fordi der altid er nogen som har haft det samme problem før.

Når det gælder eksplorativ informationsadfærd, så er mange af inspirationskilderne som mine informanter bruger, knyttet til andre mennesker. Det kan være blogs, designere eller andre brugere på Ravelry. Selv om nogle blogs og de fleste designere indeholder elementer af kommercialitet, handler det stadigvæk i høj grad om at lade sig påvirke af andre mennesker. Det drejede sig stort set om strikkedesignere og indie-designere, og der er nok stadigvæk en vis grad af idealisme forbundet med det. Det at se på sine Ravelry-venners aktivitet, eller det alle andre ser på har samme type sociale element. Man er interesseret i hvad de andre laver, hvad de kan lide og hvad de snakker om. Ud over dette så havde mine informanter eksplorativ informationsadfærd knyttet til for eksempel favoritter, som er en form for eksplicit social feedback. Brug af nabofunktionen som inspiration er en form for implicit feedback. Sidst men ikke mindst blev også kommentarer og diskussioner i grupper og fora brugt som udgangspunkt for eksplorativ informationsadfærd.

Jeg har spurgt mine respondenter om hvor ofte de ser efter forskellige sociale elementer på Ravelry<sup>47</sup>, nemlig *people, groups, events og forums*. *People* drejer sig om andre brugere, mens fora og grupper er et *social answering*-element. *Events* er knyttet til sociale begivenheder, som strikkeklubber eller

garnrelateret undervisning uden for Ravelry. I Figur 42 ser man tydeligt at, blandt de sociale elementer, så er det fora som mine respondenter oftest ser efter. Over 75% ser ofte efter fora, og kun 2% ser aldrig efter dem. Det tyder om ikke andet på en ganske stor interesse for at



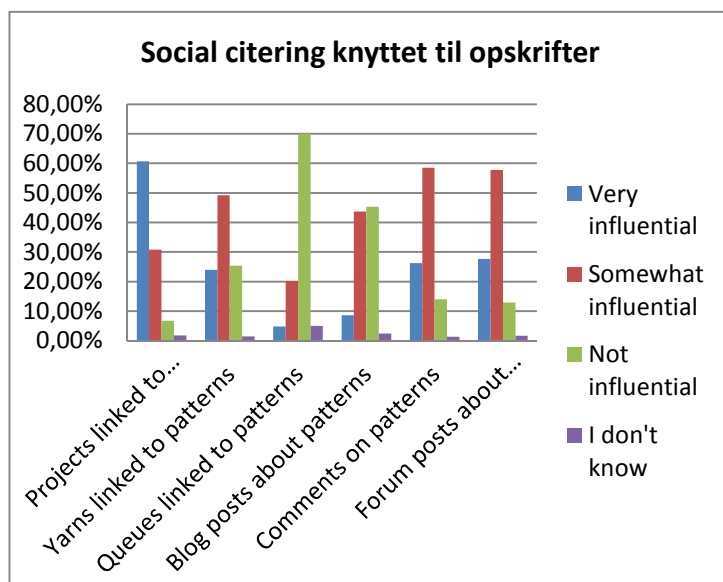
Figur 42: Sociale elementer som mine respondenter ser efter på Ravelry

<sup>47</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 9

kommunikere med andre brugere på Ravelry, eller læse den kommunikation som andre har haft. Dette kan som sagt både være knyttet til målrettet og eksplorativ informationsadfærd.. *Events* og *people* er betragteligt mindre populære, men over 50% siger at de ser efter dem ind imellem. *Events* er der imidlertid næsten 40% som aldrig ser efter, så det er nok ikke den vigtigste af de sociale elementer på Ravelry. En grund til dette kan være at de bruger andre sociale netsider, som Facebook, til at organisere sociale events.

#### 4.4.1 Social citering af opskrifter og kilder

Tananbaum (2009) har, som tidligere nævnt, påpeget at Ravelry kan sammenlignes med en citeringsbase (Jf. kapitel 1.2). En del af den sociale feedback som er knyttet til opskrifterne på Ravelry, kan regnes som citeringer i en sådan base. Tananbaum nævner at man i det avancerede søg (*pattern browser & advanced search*) umiddelbart kan se hvor mange billeder, kommentarer og projekter som er knyttet til en opskrift. Man kan også se hvor mange af ens Ravelry-venner som har lavet den pågældende opskrift. Går man ind på selve opskriften får man yderligere information om antal projekter, garn, køer, blogposter, kommentarer og forum-poster som er knyttet til opskriften. Disse ”citeringer” viser i hvor høj grad andre brugere har benyttet sig af opskriften, har tænkt sig at lave den eller mener noget om den. Jeg mener imidlertid at den sociale citering strækker sig endnu længere. Noter og



Figur 43: I hvor høj grad påvirkes respondenterne af disse elementer knyttet til opskrifter?

kommentarer til projekter er også indirekte citeringer af den opskrift som er knyttet til projektet. Disse elementer bliver dermed også en del af den ”sociale citeringsbase”. Derudover kommer opskriftens *difficulty rating*, *star rating* samt *yarn rating* på det garn som er anbefalet til opskriften. Denne type rating er klassiske *social feedback*-elementer.

Jeg har spurgt mine respondenter i hvor høj grad deres projekter bliver

påvirket af nogle af de forskellige sociale elementer som indgår i den sociale citeringsbase<sup>48</sup>. Det som respondenter i højest grad bliver påvirket af, er projekter koblet til opskrifter (Jf. Figur 43). I kapitel 4.1.2 blev linket mellem projekt og opskrift, altså ”citering” af opskrifter, også nævnt som en af de mange grunde til at være medlem af Ravelry. Koblingen mellem databasen og sociale funktioner er også noget som er vigtigt for mine informanter. Amalie mener at denne kobling er helt unikt, og en vigtig del af Ravelry. Både Helle, Mia og Bente nævner også koblingen mellem opskrifter og projekter som en vigtig del af Ravelry. Helle siger:

*Jeg synes vel egentlig det viktigste er netopp det som jeg har nevnt, at hvis jeg har lyst til å strikke et plagg, så kan jeg se hvordan det ser ut når andre har strikket det. Og så litt også sånn å se det på forskjellige kroppstyper, og se at "nei, dette her ser jo bare, vil jo bare se følt ut på meg". Eller "for at dette skal se bra ut på meg, så må jeg gjøre den eller den endringen". (Helle)*

Man får med andre ord et realistisk billede af hvilket resultat man kan forvente sig af det færdige produkt, og hvordan man kan tilpasse og forbedre det til sig selv. Både Mia og Bente er optaget af hvordan opskrifterne bliver på almindelige mennesker. Mia viser til et andet netsted hvor der er mange gratis opskrifter, men at disse kun fremstår med billeder taget af professionelle. Hun har oplevet at det kan være svært at komme frem til det samme resultat selv. Bente siger:

*Og hvis det bare liksom er designerversjonen, eller den som designeren har laget og fotografert som er fin så blir jeg litt skeptisk. Hvis det er... (...) hvis alle på en måte er fine eh... og ser... vellykket ut, så er det liksom «ok». Da er den mere aktuell med en gang. Jeg føler at jeg må sjekke ut hvordan det fungerer i det virkelige liv uten for sånn modell-fotoshoot-virkelighet.*

De er bevidste om at dem som laver opskrifterne er kommercielle aktører, og bruger altså projekterne som en slags kvalitetssikring. Pisa et al. har tilsvarende fund i deres artikel, og siger at ”*Ravelry thus contextualizes patterns with pictures and user commentary, supplying information far beyond that offered by designers*” (2010, s. 6). Kuznetsov & Paulos (2010) nævner at billeder af andres projekter er det aspekt ved *DIY communities* som påvirker dem mest i deres arbejde. Det at en opskrift er lavet af mange andre brugere, dvs. citeret af mange, er for dem et tegn på kvalitet. Det er imidlertid ikke nok at en opskrift er lavet af mange, men den skal også helst se vellykket ud for de fleste. I en diskussion om Ravelry på [www.metafilter.com](http://www.metafilter.com)<sup>49</sup> er der en bruger som har udnytter denne form for social citering på en endnu mere målrettet måde (jacquilynne 2011):

<sup>48</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 19 og 20

<sup>49</sup> “*Metafilter is a weblog that anyone can contribute a link or a comment to.*”

*Want to see how that pattern looks on a regular person, instead of a model? Click through to projects. Then change the limiter to 'finished'. Which is cool, right, because now you have a bunch of photos, most of which are real people wearing that pattern. Except, I'm not just a regular person. I'm a fat regular person. So, I change the 'Projects from all users' box to 'Ample Knitters' or 'Curvalicious Sisterhood' (you have to first join those groups for this to work), and now, suddenly, I'm looking at pictures of fat chicks wearing the sweater. As a fat chick, I can not even begin to describe how much easier that makes it for me to find out if patterns will actually work for my body type.*

Hun begrænser altså udvalget af projekter knyttet til en opskrift ved hjælp af grupper som har medlemmer med samme kropstørrelse som hende selv. Som med videnskabelige artikler er det imidlertid også sådan på Ravelry at det tager lidt tid før en ny opskrift bliver citeret.

Amalie eksemplificerer: ”*Nå er dette mønsteret ganske nytt, så det ligger ikke så mange erfaringer ute. På akkurat denne modellen*”.

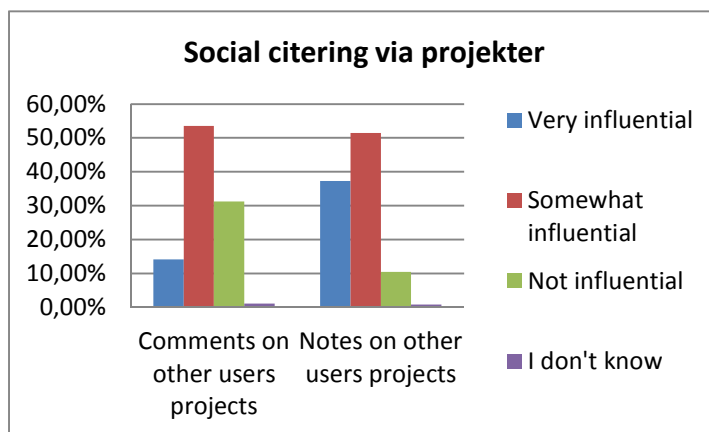
To andre sociale citerings-elementer knyttet til opskrifter, som mine respondenter i ganske høj grad lader sine projekter blive påvirket af, er kommentarer og forum-poster knyttet til opskrifter (Jf. Figur 43). Næsten 60% siger at disse elementer er *somewhat influential*, mens lidt over 1/4 siger at de er *very influential*. Jeg har tidligere nævnt brug af forum-poster i forbindelse med problemløsning og målrettet informationsadfærd. Også garn knyttet til opskrifter er noget som nogen grad påvirker mine respondentes projekter. Garn som er knyttet til opskrifter (*yarn ideas*) er alle de forskellige typer garn som brugerne har benyttet i deres projekter. Næsten 50% af respondenterne siger at garn knyttet til opskrifter er *somewhat influential*, mens 1/4 siger at det er *very influential*. Mia nævner at netop dette er noget af det som har ændret sig mest efter hun blev medlem af Ravelry.

*(...) jeg hænger mig ikke så meget i hvilket garn som opskriften er skrevet til. Fordi man kan se hvor mange forskellige typer der er blevet brugt til de forskellige ting. Og det kan godt være svært, sådan at forestille sig. Hvad der sker hvis man skifter ud, men det kan man se her, ikke. Der er næsten altid nogen der har gjort det. Ja. Så kan man se hvordan resultatet var der. Ja. Så det har jeg hvertfald ændret meget.*

Jeg har tidligere nævnt at kommentarer og noter på projekter kan fungere som en indirekte citering på opskrifter. Specielt noter på andres projekter er noget mine informanter bruger aktivt i forbindelse med problemløsning og målrettet informationsadfærd (Jf. kapitel 4.2.2.3). I Figur 44 ser man også tydeligt at det er noter som har størst indflydelse på mine respondentes projekter. Noter til projekter er skrevet af den som har lavet projektet, og indeholder ofte nyttig information om ændringer og betragtninger omkring opskriften. Kommentarer er skrevet af andre brugere, og består i højere grad består af positive tilbagemeldinger og enkelte praktiske spørgsmål. Næsten 40% siger at de i høj grad lader sig påvirke af noter, mens under 15% siger det samme om kommentarer. Omkring 50% lader sig imidlertid i nogen grad påvirke af kommentarer såvel som noter. Det kan virke som om at

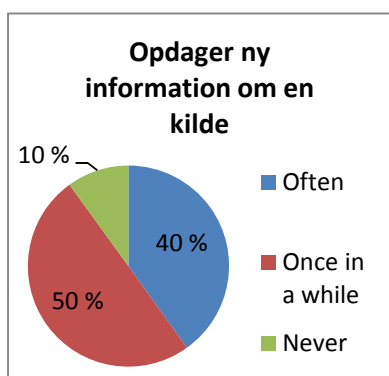
noter har en større nytteeffekt, mens kommentarerne har mere personlig betydning for den som har lavet projektet.

Social citering på Ravelry er ikke kun knyttet til opskrifter og projekter, men også de kilder (*sources*) som opskrifterne hører hjemme i. Det er, som før nævnt, bøger, magasiner med mere. Den



Figur 44: I hvor høj grad påvirkes respondenterne af disse elementer knyttet til projekter?

enkelte kilde har en informationsside, tilsvarende en katalogpost (Jf. Figur 5), og citeres ved



Figur 45: Hvor ofte opdager mine respondenter ny information om en kilde?

hjælp af links til opskrifter, projekter, diskussioner og tilknyttede grupper. Jeg har allerede nævnt at flere af mine informanter bruger Ravelry både til at finde nye bøger, og til at finde mere information om bøger de allerede har. (Jf. 4.2.2.2). Jeg har også spurgt mine respondenter om hvor ofte de opdager ny information om en kilde fra dens informationsside<sup>50</sup>. Som man kan se i Figur 45, så er der kun 10% som aldrig har oplevet at opdage ny information om en kilde på Ravelry. Hele 40% oplever ofte at opdage ny information fra informationssiden, og det er nok fordi Ravelry kombinerer basisinformation om kilden med social citering.

Jeg er imidlertid også interesseret i hvordan mine respondenter bliver påvirket af den mere traditionelle eksplicitte sociale feedback. Som før nævnt, så er dette en af de ting som mine respondenter bidrager mindst med på Ravelry. I Figur 46 kan man også se at de heller ikke lader de sig påvirke af det i særlig høj grad. Under 20% lader sig påvirke i høj grad, og omkring 40% lader sig i nogen grad påvirke af de tre typer rangering. Det de i højest grad lader sig påvirke af, af de tre, er imidlertid *star rating on patterns*, dvs. en rangering af hvor godt andre brugere kan lide en opskrift. Det er interessant at så få lader sig påvirke af *star rating on yarns*, når nu så mange lader sig påvirke af garn som er knyttet til opskriften. Forklaringen kan være at rangeringen af garn kun er knyttet til den garntype som designeren

<sup>50</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 11

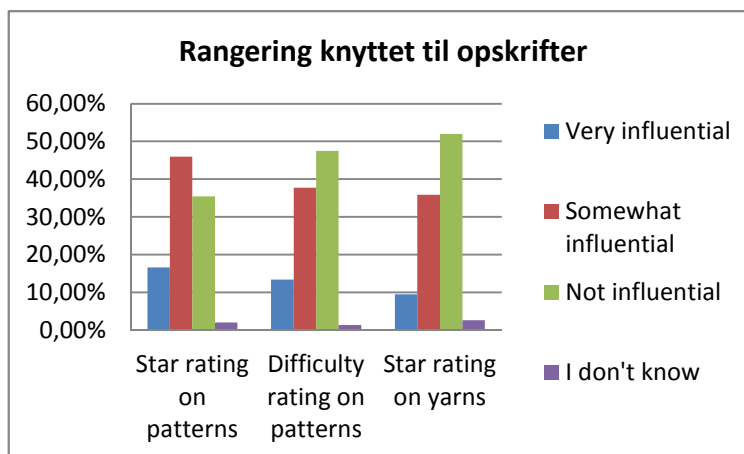
har anbefalet, og fordi Ravelry gør det enklere at bruge andre garn typer så bliver denne rangering mindre interessant.

Det ser altså ud til at brugerne i min undersøgelse i ganske høj grad lader sig påvirke af social citering knyttet til både kilder og opskrifter. Kommentarer, forumposter og garn linket til

opskrifter er noget af det som flest lader sig påvirke af, sammen med noter til projekter. Næsten alle respondenterne finder også ny information om de forskellige kilder i Ravelry, fra dens informations sider. Traditionelle eksplicitte feedback elementer påvirker imidlertid respondenterne i mindre grad end den sociale citering. Måske er det fordi de har adgang til så detaljeret, personaliseret information om den enkelte opskrift, at rangering baseret på en forhåndsbestemt skala ikke virker lige så interessant. De vil se andre brugeres resultater og lade sig informere og inspirere.

#### 4.4.2 Strikkeklub-effekten

Det at samles og udfører håndarbejde som strikning, hækling, syning og quilting sammen med andre, er en aktivitet som har samlet specielt kvinder gennem tiderne. Strikkeklubber, syklubber og *quilting-bees*<sup>51</sup> er klassiske eksempler på fælles deltagelse i håndarbejde som social aktivitet. Prigoda og MzKenzie (2007) beskriver i deres artikel, om en strikkeguppe på et folkebibliotek (Jf. kapitel 2.2), hvordan strikning ofte er en aktivitet som gøres i selskab med andre. De påpeger at: *“Knitters also identified the practice of knitting as both a gendered occupation and a collective pursuit, whether undertaken alone or in the company of others”* (Stalker & Harling 200, som gengivet i Prigoda og McKenzie 2007, s. 93). Garnrelateret håndarbejde er altså for mange en social aktivitet, selvom selve håndarbejdet stort set udføres af den enkelte håndarbejdsudøver. Folkebiblioteket som samlingssted for garn-relateret aktivitet kan sammenlignes med Ravelry i den forstand at det er gratis, åbent for alle og har brugere fra forskellige samfundslag. Brugere bliver en del af en social kontekst med specifikke normer og værdier. Lige som kvinderne i strikkegruppen kan brugerne på Ravelry



Figur 46: I hvor høj grad påvirkes mine respondenter af rangering?

<sup>51</sup> En *quilting-bee* er en social event hvor deltagerne kommer sammen for at samarbejde om at lave en quilt

vælge at interagere med andre brugere, baseret på en fælles interesse for garnrelateret håndarbejde. Det at registrerer sig som medlem på Ravelry tilsvarende at have et bibliotekskort. Ravelry har, i forhold til folkebiblioteket, imidlertid den begrænsning at det kræver adgang til internet og evne til at bruge det. Det er ikke nok at kunne sit håndværk, man skal også kunne gebærde sig på nettet.

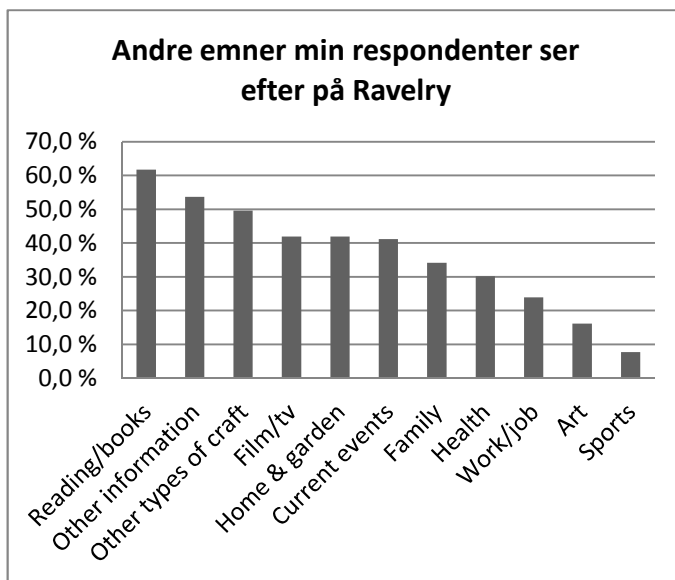
Selvom jeg tager udgangspunkt i en strikkeklub, er dette imidlertid lige så aktuelt for hækling og andre typer garnrelateret håndarbejde som kan udføres i en social sammenhæng. Som forventet påpeger Prigoda og McKenzie at en stor del af den information som udveksles i strikkegruppen er knyttet til netop strikning. De deler notater, bytter opskrifter og materialer, viser deres færdige projekter frem og hjælper hinanden så godt de kan. De deler også fagbøger og magasiner med hinanden. Stort set alle disse elementer har ekvivalenter på Ravelry i en eller anden form. På Ravelry deles notater til projekterne med alle, og bruges aktivt af andre brugere. Næsten alle opskrifter man kan tænke sig er registreret i Ravelrys database, med information om hvor man kan få fat i dem og hvem som har strikket dem. Mange opskrifter kan også downloades gratis på Ravelry. Der findes grupper hvor man bytter garn og andre materialer med de andre medlemmer. Projekterne vises frem i *my notebook*, og også gerne i grupper man er medlem af. Teknisk information og hjælp til opskrifter finder brugerne gerne i fora og grupper, eller ved at spørge enten designeren eller andre brugere direkte. Bøger og magasiner diskuteres og anbefales, men byttes nok ikke i så høj grad.

Prigoda og McKenzie påpeger imidlertid også, at selv om en stor del af den information som udveksles i strikkegruppen handler om strikning, så er det ikke den eneste form for information som udveksles. Strikningen er heller ikke nødvendigvis hovedårsagen til at deltagerne er med i gruppen. En af deres informanter siger: *"I mean the knitting is part of it, but I, it's probably less important than the people and socializing"* (s. 109). Jeg har observeret at de mange fora og grupper på Ravelry heller ikke nødvendigvis kun drejer sig om garnrelateret håndarbejde. Som så mange andre diskussionsfora på nettet sporer samtalerne på Ravelry nogen gange af, men der findes også grupper på Ravelry hvis hovedformål ikke er at diskutere garnrelaterede emner. Ud over et stort antal garnrelaterede grupper, har Ravelry også grupper tilhørende kategorierne *Other crafts, Hobbies and interests, Local, Family, Entertainment and Culture* og *Life*. Et eksempel på en sådan gruppe er *Lazy, stupid and godless*, som hører hjemme i kategorien *Life*. Gruppen er for *hardworking, smart, and sometimes spiritual people who have a bad attitude!*, og har en aldersbegrænsning på 18 år.



Her snakkes der om strikning så sjældent at poster om dette mærkes med AKC for *Actual Knitting Content*.

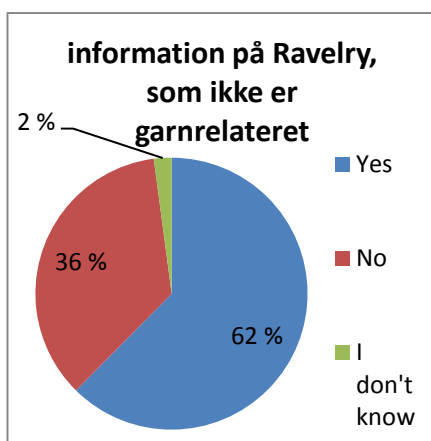
Jeg har spurgt om mine respondenter bevidst opsøger information på Ravelry, som ikke er garnrelateret<sup>52</sup>. Der er nok en del brugere som ikke opsøger denne type information, men falder over det alligevel. Jeg har imidlertid begrænset mig til den første gruppe i min



Figur 48: Hvilke andre emner ser mine respondenter efter på Ravelry?

undersøgelse. Over 60% siger at de ofte ser efter information i fora og grupper på Ravelry, som ikke er relateret til garn eller garnrelateret håndarbejde (Jf. Figur 47). Der er altså ganske mange af mine respondenter som er interesseret i andre typer information på Ravelry, og jeg har spurgt dem om hvilke emner de er interesseret i<sup>53</sup>. Respondenterne fik mulighed for at vælge så mange emner de ville, fra en predefineret liste med 10 emner, samt jokeren *other information*.

Det som flest var interesseret var *reading/books*, *Other information* og *Other types of craft* (Jf. Figur 48). Over 50% var interesseret i at finde information om disse tre emner på Ravelry. Det at *Other information*



Figur 47: Antal respondenter som ser efter ikke-garnrelateret information på Ravelry

kom på en andenplads er nok et tegn på at listen med emner ikke var helt udfyldende. Også *Film/tv*, *Home & garden* og *Current events* var der ganske stor interesse for (40%). *Family*, *Health* og *work/job* er ikke af de emner som flest ser efter, men har alligevel interesse fra over 1/5 af respondenterne. Dette er emner som ofte hører hjemme i det som Stebbins (2007) kalder social samtale, som i rammeværket for fritidsstudier er en form for uformel fritidsaktivitet. Disse resultater overlapper til en vis grad med emnerne som Priogoda og McKenzie har observeret at der bliver snakket om i deres strikkegruppe. De nævner

<sup>52</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 25

<sup>53</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 26

*health, books, family, consumer information, current events, political activism, charitable activities, community information og animal behaviour* (s. 100). Det virker som om at helbred er et ganske udbredt emne i strikkegruppen, mens kun 30% af mine respondenter er interesseret i at finde information om helbred på Ravelry. Det kan have noget at gøre med at gennemsnitsalderen i strikkegruppen er ganske høj, sammenlignet med gennemsnitsalderen på mine respondenter (42 år). Generelt er det alligevel tydeligt at et bredt udvalg af emner bliver diskuteret på Ravelry, såvel som i strikkegruppen. Selvom Ravelry i høj grad er centreret omkring garnrelateret information, så bevæger mine respondents informationsadfærd sig altså ud over dette. De benytter den fælles interesse for håndarbejde som et adgangskort til at se efter information om andre emner.

Jeg har spurgt mine informanter hvad deres forhold er til fora og grupper på Ravelry, og det viser sig at de er ganske forskellige på det punkt. Helle og Amalie bruger kun fora og grupper til fagrelaterede ting, og Amalie trækker sig hurtigt ud hvis diskussioner sporer af. Hun kan imidlertid godt lide at der stort set holdes en ordentlig og relevant tone på Ravelry, og også Mia påpeger den gode tone på Ravelry. Hun mener imidlertid ikke at det er typisk at folk som strikker og hækler opfører sig pænt, men at årsagen er at grundlæggerne af Ravelry har været bevidste på hvordan de ville have det fra starten af og har gode moderatorer. Hvis man er i dårligt humør finder man derfor hellere et andet sted at være. Mia bruger også grupperne på Ravelry til emner som ikke er garnrelateret. Blandt andet er hun med i en gruppe for folk som quilter. Hun skriver imidlertid ikke indlæg i særlig høj grad, men følger med på hvad andre siger. Hun synes ikke at hun behøver at skrive indlæg for at føle sig som en del af fællesskabet, og siger:

*Ja, og så er det rart eh... at der er sådan... at man kan se der er så mange mennesker som... som gider det, fordi det kan godt være sådan lidt/når jeg nu bliver helt ophidset over... ja, bagsiden af en strømpe og siger "Det her, det synes jeg godt om". Så er der måske ikke så mange andre i min lille husholdning som lige synes det [ler].(...) Ja, eller hvert fald/jeg behøver ikke engang at lave et indlæg men bare at jeg kan se at "det er jeg nok ikke den eneste som synes" hjælper. (Mia)*

Tina synes det er hyggeligt med det sociale på Ravelry, men bruger ikke så meget tid på det. Hun er ikke med i så mange diskussioner, selv om hun ser at der er mange som er i samme livsfase som hende selv. Hun har nogle gange deltaget i en gruppe for hendes lokalområde, og følger ellers med på ting som er knyttet til strikkebutikken hun arbejder i. Bente er enig i at der snakkes om mange andre ting på Ravelry end strikning.

*I perioder så er jeg veldig mye inne på forumene. Eh... Som oftest så er det bare å lese. Ehm... Noen ganger så blir det litt sånn såpeserieaktig, at du bare blir dratt inn. Eller,*

*liksom kommentarene på Dagbladet.no som bare går helt eh ville veier. Ehm... Mens andre ganger, så er det liksom ting jeg synes er gøy og som jeg deltar i. Eh... For eksempel Harry Potter eh strikke eh... diskusjoner.*

Bente kombinerer altså sin interesse for Harry Potter med sin interesse for strikning. Gruppen tager udgangspunkt i tøj som figurene har på i Harry Potter-filmene, og forsøger at se hvilke teknikker som er brugt og dekonstruere opskriften. Hun er mest inde på fora og grupper hvis hun keder sig, men bliver let revet med. Iselin synes ikke der er så meget kontakt mellem folk på Ravelry. Hun har det hvert fald ikke. Hun småsnakker ikke om trikning på Ravelry, men stiller konkrete spørgsmål til andre og kommenterer ting hun godt kan lide. Blandt mine respondenter er der 47% som ofte poster i fora og grupper på Ravelry, mens 44% gør det ind imellem. Mine informanter poster imidlertid sjældent på fora og grupper, og er dermed ikke blandt de meste aktive på det punkt. Nogen er kun interesseret i fagrelevante ting, mens andre også er interesseret i nogle af de emner som mine respondenter viste interesse for (Jf. Figur 48).

En af de ting som Prigoda og McKenzie (2007) observerede i deres strikkegruppe, er at medlemmerne får hjælp med problemer som måtte opstå undervejs. Jeg har allerede vist at mine informanter i høj grad benytter sig af andre brugere på Ravelrys grupper og fora til forskellige typer problemløsning (Jf. Kapitel 4.2.2.3). Jeg var imidlertid også interesseret i om de havde tilsvarende hjælpere i "det virkelige liv", enten i form af venner og familie. De fleste af mine informanter benytter sig hovedsageligt af Ravelry eller nettet til problemløsning, men Amalie nævner at hun har kolleger hun kan spørge om hjælp. Det har imidlertid udviklet sig sådan at hun nu er den som kan mest om strikning på sit arbejde. Derfor er det oftest hende som hjælper dem. Bente har også oplevet at veninder har ringet til hendes og spurgt om hjælp til strikketøjet, og det synes hun er sjovt. Hun kan finde på at ringe til sin mor hvis der opstår problemer, men gør det ikke så ofte. Hvis ikke hun kan få det til at fungere, så finder hun hellere en anden løsning. Iselin nævner at hun lærte at strikke af sin mor, men at hun ikke bruger hende til problemløsning. Hun har heller ingen gamle tanter som hun spørger om hjælp. Informanterne benytter sig altså ikke i særlig høj grad af "hjælpere" i det virkeligt liv, men vælger hellere hjælpere på Ravelry eller andre steder på nettet.

Strikkebutikker har ofte ansatte som er villige til at hjælpe med tekniske problemer eller vise nye teknikker. Med Ravelry ved hånden 24 timer i døgnet er der imidlertid få af mine informanter som benytter sig af tilbudet. Amalie går i strikkebutikker for at købe garn, og beder stort set ikke om hjælp der. Hun har imidlertid lært at strikke med træpinde i en strikkebutik, og det har været en stor hjælp for hende. Mia køber ofte garn i en lokal

garnforretning, men spørger ikke om hjælp der. Hun synes ikke den er specielt inspirerende, og det er faktisk oftest hende som fortæller dem noget nyt. Dette står i kontrast til mine respondenter, som har lokale garnforretninger på top 5 over steder de søger garnrelateret information.

Mine Informanter deltager heller ikke i særlig høj grad i strikkeklubber i ”den virkelige verden”. Både Iselin og Mia kunne godt tænke sig at være med i en strikkeklub, men kender ingen som strikker eller hækler der hvor de bor. Mia ved at der findes strikkeklubber med småbørnsmødre og pensionister i lokalområdet, men hun synes ikke hun har så meget til fælles med nogen af dem. Det er lettere at finde nogen i sin egen livsfase på Ravelry. Bente har før været med i to forskellige strikkeklubber. Den ene befandt sig i en større by i USA, hvor hun har studeret. Der så de science fiction film mens de strikkede, og hun synes det fungerede godt at der skete noget i baggrunden mens man strikkede. Det stemmer også godt overens med hvordan hun arbejder når hun strikker alene, og ser film eller tv imens. Strikning er primæraktiviteten, og filmen er sekundæraktivitet. Hun siger:

*Og det å liksom samles bare for å, på en måte, se på hverandre. Det... Eh... Jeg har gjort det et par ganger. Ehm... Og jeg følte litt sånn press på meg, så det ha film. Det var litt sånn «ok, nå er vi her for å se på filmen, og så... sitter vi tilfeldigvis å strikker alle sammen. Så... og så kan vi prate med hverandre hvis vi vil. (Bente)*

Helle skiller sig lidt ud, fordi hun har gjort bekendtskaber på Ravelry, og andre sociale netsteder, som hun mødes med i virkeligheden. Ud over Ravelry er hun på flere forskellige norske hobby/strikkefora. Hun er også medlem af et forum knyttet til det at have børn, hvor der er underfora om strikning. Dette bliver altså næsten det omvendte af strikkeklubeffekten, fordi indgangsvinklen er at man har børn og strikning er en sekundæraktivitet.

Pisa et al. (2010) Påpeger i deres artikel at hverken Ravelry eller andre online ressourcer udelukker ”*face-to-face engagement with friends, knitting groups, or local yarn store workers*” (Pisa et al., s. 6). Det ser imidlertid ikke ud som om at det i særlig høj grad er tilfældet for mine informanter. De benytter sig ikke i særlig høj grad af garnrelaterede ”hjælpere” i det virkelige liv, men foretrækker stort set de sociale elementer som findes på Ravelry. Dette kan være fordi sociale skiller, aldersskiller og geografiske skiller i større grad hviskes ud på Ravelry. Alder registreres ikke på Ravelry, og geografiske afstande er ikke et problem *online*. Man vurderes i høj grad ud fra ens håndarbejde samt den kundskab og de sociale elementer man bidrager med. Ravelry giver imidlertid også muligheden for at målrette sin sociale adfærd baseret på sin livssituation. Mia begrundes sit manglende medlemskab i en strikkeklub med at hun ikke kender nogen på sin egen alder som strikker, og Tina er ganske

bevidst om denne mulighed på Ravelry. Andre målretter i højere grad sin sociale aktivitet på Ravelry ud fra interesser, som for eksempel Bente og hendes deltagelse i en Harry Potter gruppe, og en science fiction strikkeklub. Ens sociale verden sætter af og til begrænsninger for i hvor høj grad man har mulighed for at mødes med folk i samme livsfase, eller med de samme interesser som en selv. Selvom Prigoda og McKenzie (2007) påpeger at socio-økonomiske skiller ikke er vigtige i deres strikkegruppe, så er der en forholdsvis høj gennemsnitsalder i gruppen. Det behøver ikke at sætte begrænsninger for hvem som kan deltage i gruppen, men kan påvirke dynamikken i gruppen så den virker mindre fristende for yngre medlemmer. På Ravelry kan alle brugere deltage på lige fod, ligegyldigt hvor de befinder sig geografisk, hvilke interesser de måtte have og hvor de er nået til i på livets vej.

#### **4.5 Livet efter Ravelry**

*Someone told me it would change my life so I joined to see what all the fuss was about. She was right, it changed my life. (respondent)*

Jeg har i de seneste tre kapitler vist hvordan målrettet, eksplorativ og social informationsadfærd alle sammen er en del af mine respondents og informanters totale informationsadfærd knyttet til Ravelry og andre garnrelaterede informationskilder. I dette kapitel vil jeg undersøge hvordan medlemskabet kan have ændret brugernes ”hobby-liv”. Her er jeg specielt interesseret i hvordan Ravelry har påvirket brugernes informationsadfærd knyttet til garnrelateret håndarbejde, og det som jeg har kaldt for deres ”kreative proces”. Med kreativ proces, så mener jeg både beslutningsprocesser og inspiration knyttet til et stykke håndarbejde, selve udførelsen af håndarbejdet og informationsadfærd knyttet til håndarbejdet i forskellige faser af processen. Jeg er interesseret i alle de forskellige stadier man går igennem fra man får en idé til man til sidst står med det færdige produkt. Jeg har derfor spurgt mine informanter om hvordan deres kreative proces, og måden de arbejder på har ændret sig efter de blev medlem af Ravelry. Jeg har også præsenteret mine respondenter med en række påstande, for at se hvor enige de er i forskellige aspekter som påvirker den kreative proces.

Det var absolut ikke alle informanter som umiddelbart synes at deres kreative proces havde ændret sig efter de blev medlem af Ravelry. Det viste sig ved nærmere eftersyn næsten altid at være fordi deres definition af kreativ proces var en del mindre end min. De tænkte hovedsageligt på selve den praktiske udførelse af håndarbejdet, mens jeg var interesseret i hele den proces jeg har beskrevet i afsnittet over. Det viste sig også i flere tilfælde at Ravelry gerne spillede en større rolle i den kreative proces end de umiddelbart var bevidste om.

Tina nævner for eksempel at hun har flere projekter i gang samtidig efter at hun er blevet medlem af Ravelry. Før gjorde hun stort set det enkelte projekt færdigt før hun startede på et nyt, men nu har hun gerne fire-fem i gang samtidig. Jeg spørger hende om det er fordi der er flere ting hun har lyst til at strikke, og hun svarer: ”*Det kan godt være det. Jeg tror kanskje det altså. At () inspirasjonssbegeret bare fylles opp, og jeg kan ikke jeg henge med*” (Tina). Det år hun har været medlem har hun også stort set brugt Ravelry som udgangspunkt for hendes søg, fordi det er så omfangsrigt. Der er ingen tvivl om at mine respondenter også synes de har flere opskrifter at vælge imellem efter de blev medlem af Ravelry<sup>54</sup>. Hele 93% af respondenterne er meget enige i den påstand, og 5% er enige. Det at Ravelry har givet brugerne mulighed for at vælge mellem flere opskrifter, er altså noget alle mine respondenter er enige om.

Bente siger at hun ikke synes der er noget klart skille mellem den kreative proces før og efter Ravelry, fordi hendes brug af Ravelry er opstået i takt med at interessen for strikning har øget. Hun synes ikke at en metode har erstattet en anden, fordi interessen bare generelt er vokset. Alligevel siger hun også at hun laver mere avancerede projekter nu end før hun blev medlem af Ravelry, fordi hun ikke havde vidst hvor hun skulle starte uden Ravelry. Hun synes at hun er blevet dygtigere, og både lærer og bruger flere forskellige teknikker. Bente siger:

*Jeg har aldri jobbet noe særlig/veldig mye med mønster. Jeg har alltid vært litt sånn derre «jeg har lyst på en... sokk. Her har jeg litt garn. Jeg lager en sokk”. Ehm... Så sånn sett så har jeg på en måte kommet fra et sted som er/jeg har jo veldig få grenser. Eh... Men, i og med at det er så utrolig mye på Ravelry som/altså eh... jeg vet ikke hvor mange tusen sokkeoppskrifter som finns. Ehm... Så kan jeg ta det garnet jeg har, og så liksom sjekker jeg hvilket mønster som allerede er til den sokkestørrelsen, og så kan jeg velge blant dem. (Bente)*

I Kuznetsov & Paulos (2010) er ”*learn new concepts*” en af de vigtigste grunde til at deltage i *DIY communities*, og også en høj andel af mine respondenter (91% er enten enige eller meget enige) synes de lærer flere nye teknikker efter de blev medlem af Ravelry<sup>55</sup>. Bente føler sig stadig ikke bundet af opskriften, og laver gerne ændringer, men hendes projekter samsvarer i større grad med opskriften end før hun blev medlem af Ravelry.

Mia siger derimod at det som har ændret sig mest, efter hun blev medlem af Ravelry, er at hun er mindre bundet af hvilken type garn opskriften er skrevet til. Det er fordi der næsten altid er andre brugere som har brugt noget andet garn, og man kan nyde godt af deres erfaringer. Hun laver også som regel en del ændringer undervejs, fordi hun ser på andres Ravelry-projekter og

<sup>54</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 21

<sup>55</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 21

bliver inspireret. Hun har lært på Ravelry at der kun skal små ændringer til at gøre en forskel, og at det egentlig ikke er så svært at lave ændringer. Respondenterne er ganske enige i at de oftere laver ændringer på opskriften efter de blev medlem af Ravelry<sup>56</sup>. Til sammen er 59% enten enige eller meget enige i den påstand, mens 27% hverken er enige eller uenige. Mia synes også at de ting hun laver nu, bliver bedre end de blev før fordi hun undgår de værste begynderfejl. Det er blevet nemmere at gennemskue hvordan en opskrift kommer til at se ud som færdigt projekt. Jeg spørger hende om man kan sige at hun er blevet dygtigere, og hun svarer:

*Ja. Ja, det synes jeg helt bestemt. Og det er jo så fordi jeg går... jeg går i gang med nogle ting som jeg ikke har prøvet før. Øh... Og det er måske ikke/jeg tror aldrig jeg sådan har været bange for det/altså det er jo strikkesøj, det er jo ikke farligt, vel. Så det er jo ikke... Men jeg tror simpelthen der er/at det har aldrig faldet mig ind før at man "nå... så kan man gøre sådan og sådan". så det synes jeg helt bestemt at jeg er. (Bente)*

Også respondenter synes deres projekter er blevet bedre efter de blev medlem af Ravelry<sup>57</sup>. 81% er enten meget enige eller enige i min påstand. Mia fortæller videre at hun har lært mange nye måder at slå masker op på, og andre tekniske ting som at tage masker ud eller lukke masker af. Dette er ting hun ikke tror hun ville have lært ellers, fordi man i Danmark stort set gør de ting på én bestemt måde. Hun er også begyndt at strikke om sommeren efter hun blev medlem af Ravelry, fordi der er flere ting som inspirerer hende. Selve processen med at sidde og strikke synes Mia imidlertid ikke har ændret sig, men det er blevet nemmere at komme i gang fordi hun har adgang til Ravelry hele tiden. Hun siger om sig selv at:

*Jeg er jo sådan en som kører ind og køber eh... og så går jeg hjem og så strikker jeg [ler] indtil der ikke er mere garn. Og det gør jeg stadigvæk. Eller nu er jo så måske kommet til at købe så meget garn at ind imellem at... at jeg er sådan lidt bagefter. Men ellers, så nej det... det... det tror jeg det ligner sig selv. At jeg går i gang med noget og så er det det sådan er grebet af, og så... ja, går det derudaf. Nu er der jo så større chance for det bliver færdigt, fordi at jeg ved mere om det.*

Grunden til at der er større chance for at hun gør ting færdige er også at hun har flere opskrifter at vælge imellem. Hvis ikke hun synes det fungerer, så stopper hun og finder en anden opskrift. Fordi hun ved at hun altid kan finde en anden opskrift, stopper hun ofte på et tidligere tidspunkt end hun gjorde før. Dermed undgår hun at have masse halvfærdige projekter liggende, som hun ikke er tilfreds med.

Iselin synes at den største ændring i hendes kreative proces, efter hun blev medlem af Ravelry, er at informationen er lettere tilgængelig. Hun kan finde det hun har brug for hjemme

<sup>56</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 21

<sup>57</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 21

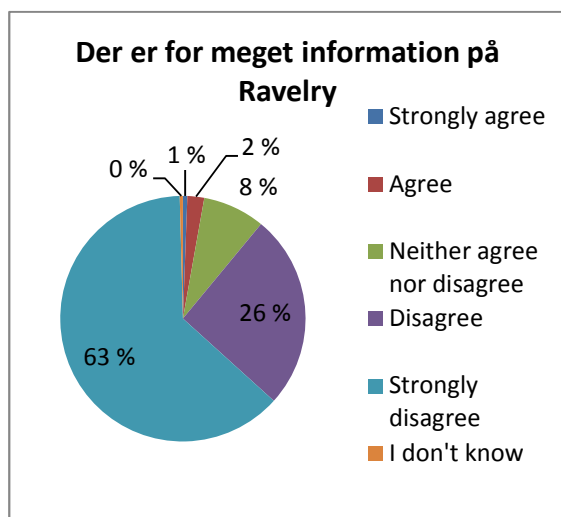
i stuen, i stedet for at bladre i hefter og tykke mapper i en strikkebutik. Hun siger: ”Og det havde jeg kanskje ikke trodd at en skulle bruke internett til for et par år siden, da [ler]. Nytt liv for gamle husflidsteknikker” (Iselin). Hun har fået større adgang til flere opskrifter, som kan blive mulige projekter. Hun har også ”kastet seg litt utpå”, og er blevet inspireret til at prøve ting hun ikke har prøvet før. Hun strikker generelt mere end hun gjorde før hun blev medlem af Ravelry, og siger også:

*(...) jeg finner masse garn som jeg aldri hadde hørt om før, og... Har vært i garnbutikk i Danmark, eller København, som jeg fant via Ravelry, da. Og fant garn der, og strikket ting som jeg fant i den butikken, så det er litt sånn eh... Ja, det har blitt litt mere fart i strikkesakene, for å si det sånn. Takket være Ravelry, da. (Bente)*

Også Helle siger at selve processen ikke har ændret sig, men at hun har bevæget sig fra strikkebutikkerne og hjem i sin egen stue. Mediet, og mængden af information har ændret sig. Det er imidlertid blevet nemmere at skræddersy ting, fordi hun har adgang til en erfaringsbase på Ravelry.

Amalie er derimod ganske bevidst omkring hvordan Ravelry har påvirket hendes kreative proces. Hun siger at processen er blevet længere, fordi hun bruger lang tid på at tjekke alle detaljer i starten af et projekt. Af og til står hun helt fast fordi der er så mange valgmuligheder, og det kan tage lang tid at komme i gang med et projekt. Der er imidlertid

kun 8% af mine respondenter som er enige med Amalie i at deres projekter tager længere tid på grund af informationsmængden på Ravelry<sup>58</sup>, og ca 1/4 af respondenterne er hverken enige eller uenige. Amalie ser imidlertid ikke dette som en negativ ting. Hun påpeger at hun ikke var særlig glad for at strikke før i tiden, men at Ravelry satte gang i interessen. Selvom informationsmængden kan virke overvældende er informationen på Ravelry altså en motivationsfaktor for Amalie. Mine respondenter lader sig heller ikke afskrække af



Figur 49: I hvor høj grad er respondenterne enige i at der er for meget information på Ravelry?

<sup>58</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 21



informationsmængden på Ravelry. De er stort set uenige i min påstand om at der er for meget information på Ravelry<sup>59</sup>, som man kan se i Figur 49.

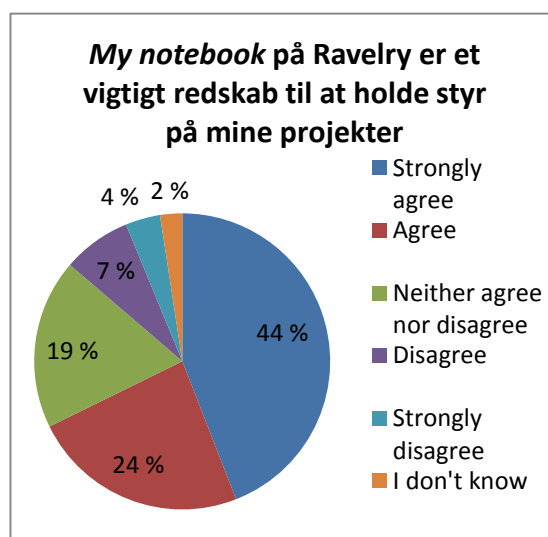
Alle mine informanter har altså oplevet at dele af deres kreative proces har ændret sig efter de er blevet medlem af Ravelry. De nævner et væld af aspekter som gør at de vælger at gøre ting anderledes, måske bedre. Mange af aspekterne bunder i mængden information de har adgang til, og hvordan de anvender den information. Andre aspekter er mere knyttet til Ravelry som inspirationskilde, og for flere er resultatet at de producerer flere og bedre projekter end de gjorde før. Simpelt hen fordi der er flere ting som frister. Flere nævner imidlertid også at informationen er den samme, men at mediet har ændret sig. Den samme information var altså i nogen grad tilgængelig før, men vanskeligere tilgængelig. De sociale aspekter (Jf. Kapitel 4.4) ved Ravelry giver imidlertid informationen et ekstra lag som de ikke nødvendigvis havde adgang til før.

Muligheden for personlig organisering i *my notebook* er også et aspekt ved Ravelry som jeg er interesseret i at vide mere om. Jeg har tidligere nævnt at mine informanter aktivt bruger muligheden for at se på andres projekter knyttet til en opskrift. Flere af dem går også tilbage og ser på notater de har skrevet om egne projekter, og bruger egne erfaringer i nye projekter. Jeg var derfor interesseret i at vide i hvor høj grad mine informanter benytter sig af Ravelry til organisering af deres projekter. De fleste af dem siger at de registrerer alle projekter på Ravelry, mens det varierer lidt hvilket detaljeniveau de registrerer på. Nogen registrerer alle detaljer, mens andre kun skriver noter hvis de mener de har noget at bidrage med til andre brugere. Amalie siger at hun er vandt til at have en arbejdsbog i forbindelse med sit arbejde, og det at registrere projekterne på Ravelry er bare en anden måde at arbejde på. Både Iselin og Tina bruger projektsiderne som et personligt arkiv, og synes det er fint at bevare mindet om noget de har lavet. Tina siger:

*(...) det er jo veldig fint for meg å gå tilbake og se. For jeg har jo strikket masse ting før. Til folk jeg er glad i. Og til unger jeg har kjent som har brukt opp kjoler og sånne ting. Eh... Så det hadde vært å ha det som en (), ja, hva man har laget. For man har jo faktisk laget det og lagt ganske mange timer ned i hver enkelt ting. Det har man jo. Så det angrer jeg faktisk litt på. At jeg ikke de siste fem årene, har tatt, i det minste tatt bilder av ting jeg har laget da. (Tina)*

<sup>59</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 21

Mia og Helle registrerer begge to sine projekter ganske detaljeret, og specielt Mia nævner at hun har en forkærlighed for statistik. Det at blive færdig med et projekt hun har registreret, tage et billede og markerer det som færdigt i *my notebook* er en motivation for Mia. De eneste projekter som Mia ikke registrerer er projekter hun ikke er helt sikker på om bliver til noget. For at slippe for at slette projekterne igen, venter hun ofte lidt med at registrere dem. Hun registrerer som regel også alt sit garn i *my notebook*, men ”Det kan måske godt være der er noget som jeg lader som om at jeg ikke har købt endnu [ler]. Men altså det er sådan mest overfor mig selv. Men ellers så gør jeg.” (Mia). Mine respondenter er også enige i at *my notebook* er et vigtigt redskab til at holde styr på deres projekter<sup>60</sup>. Lidt under halvdelen er meget enige, og ca 1/4 er enige (Jf. Figur 50). Muligheden for at registrere sine projekter og tilhørende information i *my notebook* er med andre ord en vigtig del af informationshåndteringen på Ravelry.



Figur 50: My notebook er et vigtigt redskab til at holde styr på mine projekter?

Ifølge Kuznetsov & Paulos (2010) er der en sammenhæng mellem mængden af tid som er brugt på et projekt, og i hvor høj grad de er villige til at dele deres arbejde med andre. Jo længere tid deres respondenter havde brugt på projekt, jo mere villige var de til at dele det. Kun en af mine informanter viser samme tendens, ved at sige at hun ikke registrerede ”enkle” projekter før i tiden. Det er hun imidlertid begyndt med i eftertid. Kuznetsov og Paulos nævner er negative tilbagemeldinger fra andre brugere, som ”*lack of creativity, novelty or complexity*” (s. 300), som en afskrækkende faktor i forhold til at dele projekter med brugere. Mine informanter har ikke givet udtryk for at det er noget som afskrækker dem. De registrerer projekterne for sin egen skyld, men begrænser af og til noterne ud fra hvad de tror andre kan have nytte af.

#### 4.6 Seriøs eller uformel fritidsaktivitet?

Fordi garnrelateret håndarbejde er en seriøs fritidsaktivitet forventede jeg i min undersøgelse som minimum at identificere informationsadfærd som støttede op om deres fritidsaktivitet. Jeg har identificeret forskellige typer målrettet, eksplorativ og social informationsadfærd som

<sup>60</sup> Jf. Bilag 1, spørgsmål 21

alle sammen er tæt knyttet til brugernes håndarbejde. Ravelry bidrager til udvikling af brugernes kundskab, og er dermed en del af deres fritidskarriere.

Et mønster som imidlertid også har vist sig i mine data, er at Ravelry i sig selv kan fungere som en uformel fritidsaktivitet. Stebbins (2007) har, som før nævnt, identificere fem fordele ved uformel fritidsaktivitet. Det første udfald er kreativitet og opdagelse, og i Kapitel 4.3.1 om *Inspiration, kreativitet og serendipitet*, har jeg vist at Ravelry er kilde til netop dette. Det hænger selvfølgelig også sammen med at garnrelateret håndarbejde er en kreativ hobby. Det at brugerne vælger, blandt andet, Ravelry som det sted de vil pirre sin kreativitet, tror jeg imidlertid handler om at Ravelry er bygget op på en måde som støtter eksplorativ og social informationsadfærd. En anden fordel ved uformel fritidsaktivitet er, ifølge Stebbins, at man kan udvikle og vedligeholde interpersonelle forhold – blandt andet via social samtale. I Kapitel 4.4.2 viser jeg hvilke ligheder Ravelry har med en strikkeklub. Selvom mine informanter ikke i så høj grad benytter sig af Ravelry som udgangspunkt for social samtale, så er der ingen tvivl om at mine respondenter gør det. De er aktive i grupper og på fora, og de ser ikke kun efter garnrelateret information på Ravelry, men er interesseret i et udvalg af emner. En del af disse er af samme karakter som emnerne Prigoda og MzKenzie (2007) har identificeret i deres strikkegruppe, og er ofte knyttet til social samtale. I Kapitel 4.1.2 har jeg også vist at det sociale på Ravelry er en vigtig årsag til at respondenterne er medlemmer. En af dem siger:

*Because i get so much support and inspiration from being a member of Ravelry. It has literally changed my life and I have made contact with so many other knitters. I now Skype regularly with a friend made just from commenting on a project. (respondent)*

Mine informanter har ikke udviklet interpersonelle forhold på Ravelry i lige så høj grad som respondenterne. Mit indtryk er imidlertid at ganske mange brugere på Ravelry i høj grad er der på grund af de bekendtskaber de udvikler. Det er et emne som kunne være interessant at undersøge nærmere ved en senere anledning.

Stebbins nævner også Edutainment som et muligt udfald ved uformel fritidsaktivitet. Dette er en af de ting som Elsweiler et al. (2011) har identificeret i sine studier af uformel fritidsaktivitet. I forbindelse med deres tv-studie nævner de hvordan deltagerne har ganske uklare informationsbehov knyttet til edutainment. De ser ikke efter noget inden for et bestemt emne, men hellere noget som er ”interessant” eller ”udfordrende”. Elsweiler et al. observerede i sit twitter-studie adfærd som blandt andet adfærd som unødvendig browsing, udforskning for oplevelsens skyld samt det at man sætter sig selv i en situation som skaber rum for

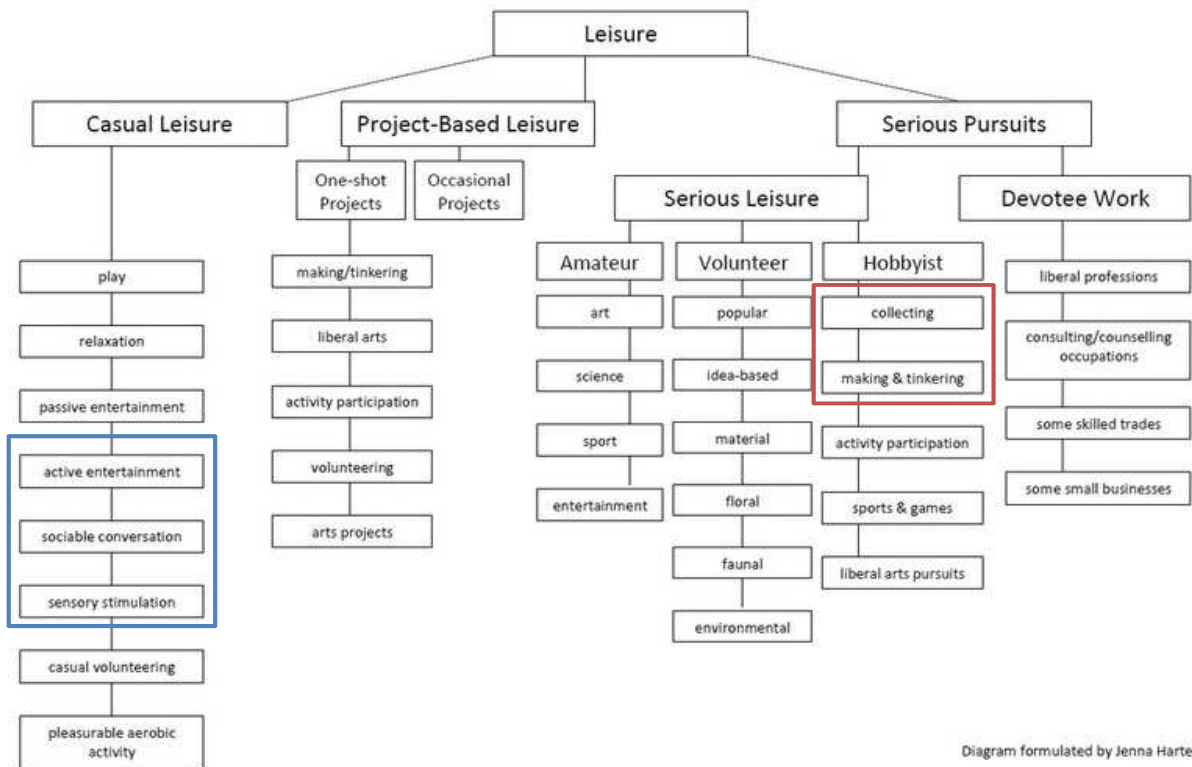
serendipitive fund. Deres sidste observation tilsvarende det jeg i Kapitel 4.3.1 har valgt at kalde planlagt serendipitet. Unødvendig browsing er også en af de typer aktivitet som har jeg identificeret i Kapitel 4.3.3, hvor også udforskning for oplevelsens skyld er en af mine fund. Informanterne surfer på Ravelry, og andre kilder på nettet, hovedsageligt for fornøjelsen, underholdningen og tidsfordrivet skyld. Underholdning er også en af årsagerne til *casual-leisure information behaviour* som Elsweiler et al. har identificeret i deres studier. Også respondenterne har i Kapitel 4.3 vist at de i høj grad browser på Ravelry, uden at se efter noget specielt. At bruge Ravelry som underholdning eller tidsfordriv er også noget af det som respondenterne nævner som årsag til at være medlem, selvom det ikke er knyttet til de mest frekvente. Jeg har for eksempel identificeret brug af ord som *fun* (70), *browse* (16) og *entertainment* (7). De nævner grund som ”*just for fun*”, ”*It keeps me busy at lunchtime in the office*” og ”*It's a fun place to hang out and interact with people from all over the world who share the same interests*”.

I og med at Ravelry indeholder store mængder information, er denne form for tidsfordriv nok ofte knyttet til *edutainment*.

Jeg har tilpasset Hartels diagram over fritidsaktiviteter, ved at markere de forskellige typer aktivitet jeg har identificeret i mit materiale (Jf. Figur 51). Under *Serious leisure - Hobbyist* har jeg, med rødt, markeret både *making and tinkering* og *collecting*. *Making and tinkering* har en naturlig relation til garnrelateret håndarbejde, fordi man skaber noget. *Collecting* har jeg markeret med tanke på mange Ravelry-brugeres omfattende garnsamlinger.

## The Serious Leisure Perspective

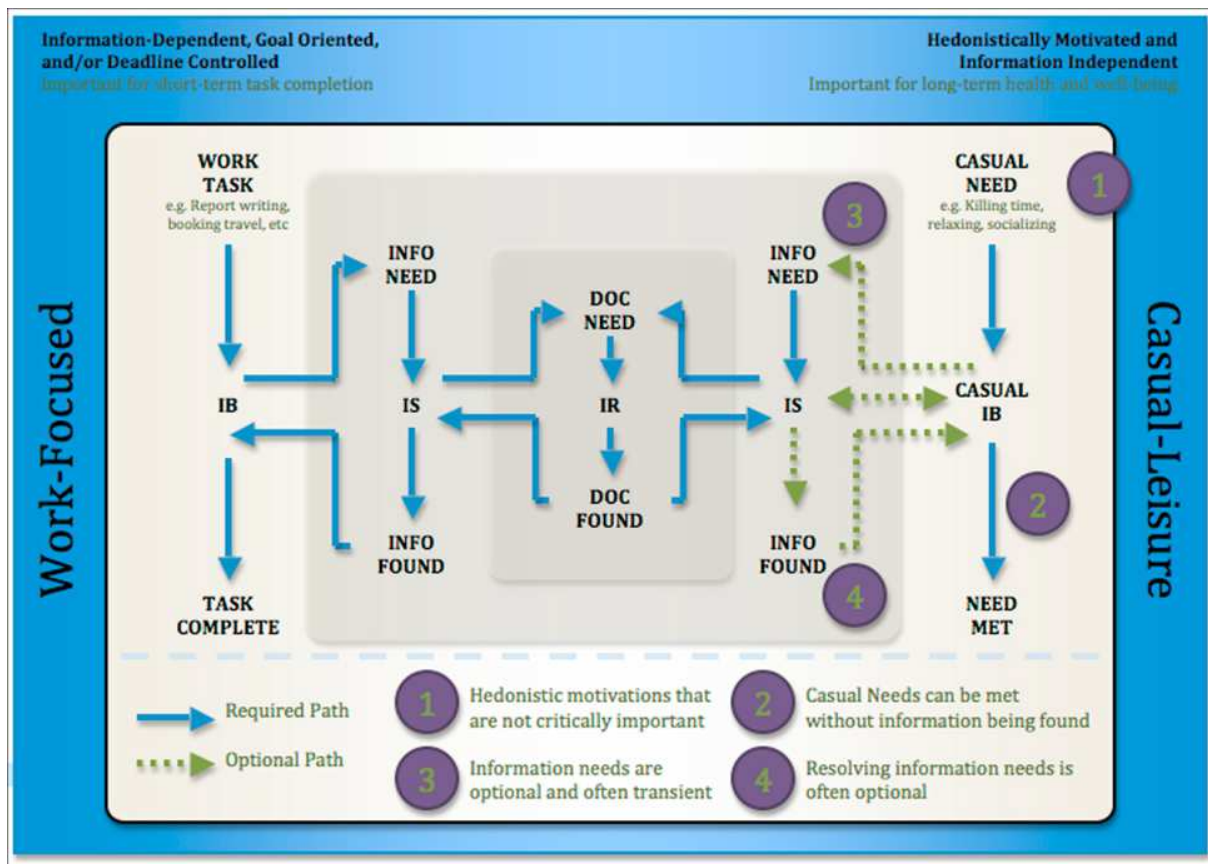
(version February 2013)



Figur 51: Tilpasset diagram over fritidsaktiviteter

Jeg har eksemplificeret over at Ravelry har med sin udforskningsvenlige arkitektur og sociale forankring også har vist sig at fylde informationsbehov knyttet til uformel fritidsaktivitet, tilsvarende dem Elsweiler et al. (2011) identificerede blant sine tv-kiggere og tweets. I Stebbins diagram har jeg derfor under *casual leisure* markeret *active entertainment*, *sociable conversation* og *sensory stimulation*. *Active entertainment* afspejler det som foregår når brugerne klikker sig rundt på Ravelry, for underholdningens skyld. *Sociable conversation* er det som ofte foregår i fora og grupper, og via andre kommunikationsformer på siden. *Sensory stimulation* viser til at Ravelry er visuelt orienteret og i høj grad består af billeder som taler til brugernes æstetiske sans. En del af det at blive inspireret til kreativitet hænger sammen med netop stimulering af sanserne, og specielt syns-sansen.

Elweiler et al. skiller i deres reviderede model for informationsadfærd (Jf. Figur 52), som før nævnt, mellem det de kalder *Work-Focused* eller målrettet informationsadfærd (på venstre side), og så informationsadfærd knyttet til uformel fritidsaktivitet (på højre side). De påpeger imidlertid også at ”some casual-leisure scenarios can be captured by traditional models of information seeking”.



Figur 52: A revised model of information behaviour (Elsweiler et al. 2011, s. 228)

Jeg vil nu vise hvordan brugerne i min undersøgelse befinder sig på begge sider af Elsweiler et al.'s model. En stor del af den informationsadfærd som er knyttet garnrelateret håndarbejde (seriøs fritidsaktivitet) handler nemlig om målrettet problemløsning (Jf. Kapitel 4.2 *Målrettet informationsadfærd*). Det er imidlertid ikke den eneste type informationsadfærd, som er knyttet direkte til garnrelateret håndarbejde som seriøs fritidsaktivitet. Jeg har i mine undersøgelse vist at både eksplorative og sociale typer informationadfærd spiller en stor rolle i brugernes samlede informationsadfærd, og disse passer ikke umiddelbart ind i Elsweiler et al.'s model. Hverken på højre eller venstre side. Informationsbehovet kan godt være forholdsvis klart i udgangspunktet, men vejen til informationen følger ikke nødvendigvis den sti som vises på venstre side af modellen. Dette stemmer godt overens med Hartels (2006) antagelser om at traditionelle modeller for informationsadfærd ikke beskriver

informationsadfærd knyttet til fritidsaktiviteter. Informationsbehovene er alligevel i mange tilfælde mere tydelige end det man ser på højre side af modellen. Det handler ikke kun om at stille behov som *killing time*, *relaxing* og *socializing*. Dette er informationsbehov som relaterer sig til de uformelle fritidsaktiviteter jeg har nævnt i kapitlerne over. Brugerne har forskellige uformelle motivationer for at starte en informationsproces, og de kan i mange tilfælde beskrives ved hjælp af højre side i modellen. De kan gå ind i informationsprocessen, uden noget egentlig informationsbehov, bevæge sig rundt og ændre informationsbehovet efterhånden. De kan finde information om helt andre ting end det de så efter, men får alligevel dækket deres uformelle behov. De kan afslutte en informationsproces uden at have fundet information, men får alligevel dækket behovet for underholdning eller *edutainment*.

Der er imidlertid en flydende overgang mellem det man kan kalde "seriøs" og "uformel" informationsadfærd. Brugerne i min undersøgelse holder sig ikke til enten den ene eller den anden side af modellen i løbet af en informationsproces, men bevæger sig frit imellem de to. Et eksempel på dette er når Iselin forklarer hvordan hun "blaftrer" rundt på Ravelry: "*Jeg har kanskje lurt på om jeg skal strikke en vest til mammaen min, og så kigger jeg på vester, og så sporer jeg kanskje av og ser på noe garn, og så... ja. Frem og tilbake*". Iselin går ind i informationsprocessen med et forholdsvis klart informationsbehov (opskrifter på veste til voksne damer), men ender ovre på højre side af modellen med nye flygtige informationsbehov. Der er altså ikke nødvendigvis noget klart skille mellem seriøs og uformel informationsadfærd.

Elsweiler et al.'s reviderede model beskriver altså delvist brugernes informationsadfærd, men kommer lidt til kort når det gælder eksplorativ og social informationsadfærd knyttet direkte til seriøs fritidsaktivitet. Disse typer informationsadfærd beskrives imidlertid bedre ved hjælp af Berry-picking-modellen, og den vil jeg komme nærmere ind på i næste kapitel.

#### **4.7 Social Berry-picking**

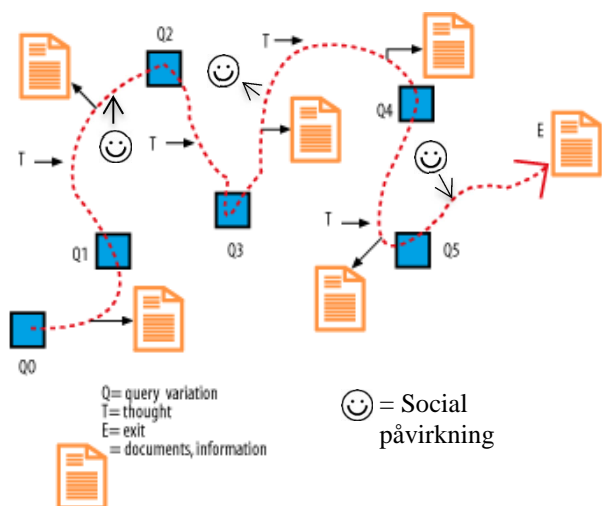
Berry-picking-modellen beskriver, som nævnt, en hel informationssøgeproces. Berry-picking kendetegnes, ifølge Bates (2005), blandt andet ved at søgetermer, kilder og informationsbehov ændrer og udvikler sig i løbet af informationsprocessen. Det kommer ganske klart frem af min undersøgelser, at dette også er tilfældet for brugerne i min undersøgelse. Selv i forbindelse med målrettet informationsadfærd bevæger de sig mellem forskellige kilder og søgemetoder undervejs. De bevæger sig, som nævnt over, mellem forskellige typer informationsadfærd og forskellige informationsbehov i løbet af en

informationsproces. Informationsbehovet ændrer sig, og er nogle gange udefineret eller uklart. De benytter sig af browsing og serendipitive fund som en del af søgeprocessen. Dette er også nogle af de strategier som Bates nævner. Bates påpeger at søgeprocessen gerne afsluttes med en serie udvalg af individuelle referencer og små stykker information, frem for et enkelt sæt med søgeresultater. Dette stemmer også godt overens med mine fund, hvor brugerne præges af individuel smag og varierende interesser. Det at domænet som udforskes er større end bibliografiske baser, er også tilfældet for brugerne i min undersøgelse. Den bibliografiske base er bare en af flere dele på Ravelry, og brugerne bevæger sig gerne ud over Ravelry's grænser for at finde information. Også Pisa et al. påpeger at deres respondents søgeadfærd på Ravelry ikke bestod af en enkel "one note query-response pattern of behaviour" (s. 4), men hellere en organisk proces som udsprang af det enkelte projekt. Brugere samler information fra et bredt udvalg af kilder indtil spørgsmålet er besvaret, og bevæger sig frem og tilbage mellem kilderne i søgeterrænet.

Bates nævner et udvalg af søgeteknikker og kilder som hun har identificeret blandt sine informanter. Selv om brugerne benytter sig af andre typer kilder, er teknikkerne ikke så anderledes. De søger for eksempel også på emner (*subject searching*), de læser tidsskrifter og følger med på garnproducenters netsider (*journal run*), de søger efter designere (*author searching*) og de udforsker link/billedsamlinger (*area scanning*). Selvom domænet er et andet, så er bredden i kilder og søgeteknikker altså til stede i måske endnu større grad. Jeg er derfor tilbøjelig til at være enig med Morville (2005) i at Berrypicking-modellen er lige så relevant i et moderne digitalt miljø som det fysiske miljø Bates beskrev i 1980'erne.

Der er imidlertid en vigtig del af brugernes informationsadfærd, som ikke beskrives af Berrypicking-modellen. Den sociale informationsadfærd, som er en vigtig del af Ravelry, har ikke en naturlig plads i modellen. Brugere både påvirkes af og påvirker andre brugere undervejs i informationsprocessen. Dette skaber en synergieffekt som påvirker

informationsprocessen i en sådan grad at det er nødvendigt at tilføje dette element til modellen, for at den skal være beskrivende for brugerne i min undersøgelse



Figur 53: Udvidet Berrypicking model



informationsadfærd. Jeg har derfor lavet et forslag til en udvidet Berrypicking model (Jf. Figur 53). Til de oprindelige elementer i modellen, har jeg tilføjet smileys som skal repræsentere social påvirkning. Den sociale påvirkning kan opstå i alle dele af informationsprocessen, og er derfor placeret på forskellige steder undervejs. For at vise at den sociale påvirkning kan bestå både af påvirkning fra andre til brugeren, eller fra brugeren til andre, vender pilene begge veje.

## **5 Opsummering og konklusion**

I denne masteropgave har jeg haft som mål at identificere forskellige typer informationsadfærd blandt Ravelry's brugere. For at finde svar på dette har jeg analyseret resultater fra min spørgeundersøgelse på Ravelry, samt interviews med seks skandinaviske brugere. Jeg har også udformet tre forskningsspørgsmål, som skal hjælpe mig med at svare på problemstillingen. Forskningsspørgsmålene skulle afdække hvilken rolle de sociale funktioner på Ravelry spiller for informationsadfærden, hvordan Ravelry påvirker brugernes kreative proces og hvilke funktioner informationsadfærden er knyttet til.

### **5.1 Målrettet informationsadfærd**

Brugerne i min undersøgelse benytter sig i høj grad af de målrettede søgemuligheder på Ravelry, specielt det avancerede søk på opskrifter og projekter. De har en bevidst søgestrategi når de søger i Ravelrys baser, og benytter sig i ganske høj grad både filtre og boolske operatorer. De benytter sig imidlertid også af et udvalg andre kilder til at løse eventuelle problemer og tekniske finurligheder som måtte opstå undervejs. Problemløsning knyttet til opskrifter i Ravelry-basen, foretrækker de fleste at løse internt på Ravelry. Der går de på jagt efter erfaring og kundskab blandt andre Ravelry-brugere. De har forskellige strategier til at løse problemer knyttet til opskrifter, men de er enige om at de næsten altid finder svar på Ravelry. Tekniske finurligheder løser brugerne imidlertid helst ved hjælp af søg på Google eller ved at se instruktionsvideoer. Trykte kilder er for de fleste også en vigtig kilde til faglig information, men de fleste af informanterne er enige om at deres lokale bibliotek har for dårligt udvalg. Brugernes målrettede informationsadfærd virker som om den er løsningsrettet og effektiv.

### **5.2 Eksplorativ informationsadfærd**

Brugerne i min undersøgelse begrænser sig imidlertid ikke til målrettet problemløsning, men begiver sig også ud på en eksplorativ rejse i forbindelse med deres hobby. De lader sig rive med af visuelle stimuli, Ravelrys komplekse linkstrukturer og sociale elementer som favoritter og venner på Ravelry. Dette giver dem mulighed for at browse, og ofte til serendipitive fund. Som en del af den eksplorative informationsadfærd ser de ikke bare efter information, men også inspiration. Dette harmonerer med tidligere fund knyttet til Ravelry (Pisa et al. 2010; Torrey et al. 2009) Dette styrker deres kreativitet, og motiverer dem til at prøve nye ting. Det er ikke kun Ravelry de lader sig inspirere af, men også blogs, designere

og garnproducenter. Flere af dem har også taktikker for at eksponere sig selv for et mere eller mindre tilfældigt udvalg opskrifter eller visuelle stimuli, som kan føre til serendipitive fund. Et fænomen som jeg har valgt at kalde *planlagt serendipitet*. Dette bidrager både til inspiration, men også til opdagelse af nye interesseområder. Venners og *naboers* aktivitet på Ravelry er en anden inspirationskilde som brugerne udforsker. Disse kan også fungere som udgangspunkt for planlagt serendipitet. Af og til så opsluges de i en sådan grad af den eksplorative informationsadfærd, at dette bliver målet i sig selv. Dette peger i retning af at det af være på Ravelry for nogen brugere bliver en form for uformel fritidsaktivitet (Jf. Kapitel 4.3.3).

### 5.3 Social informationsadfærd

Mit første forskningsspørgsmål skulle afdække hvilken rolle de sociale funktioner spiller for informationsadfærden, og der er ingen tvivl om at social informationsadfærd er en vigtig del af brugernes samlede informationsadfærd. De sociale elementer på Ravelry er en vigtig del af funktionaliteten, og påvirker også brugernes målrettede og eksplorative informationsadfærd. Linkstrukturen på Ravelry kobler kilder, opskrifter og projekter sammen med *Social answering*-elementer og *Social feedback*-elementer (Jf. Kapitel 4.4.1). Disse bidrager til sammen til det jeg, inspireret af Tananbaum (2009), har kaldt for *social citering*. De sociale citeringselementer brugerne benytter sig mest af, er projekter koblet til opskrifter og notater til projekter. Disse kontekstualiserer opskrifterne, ved hjælp af billeder og deling af erfaringer. Traditionelle *Social feedback*-elementer, som rangering, på Ravelry er de imidlertid mindre interesseret i. Det skyldes nok at rigdommen på erfaringer i højere grad stiller deres informationsbehov. Også kilderne som er registreret på Ravelry (bøger, netsider etc.) kontekstualiseres ved hjælp af social citering. Brugere benytter dette til at udforske både nye kilder, og kilder de har ”på hyllen”, fordi det hjælper dem til at se kilderne i et nyt lys. En anden konsekvens af de sociale funktioner på Ravelry, er det jeg har kaldt for *strikkeklub-effekten*. Inspireret af Prigoda og MzKenzie (2007) har jeg undersøgt hvorvidt brugerne søger ikke-garnrelateret information på Ravelry, og hvor stor en rolle sociale relationer med andre brugere spiller for dem. Her er der en tydelig forskel mellem respondenter og informanter. Respondenterne er interesseret i et bredt udvalg af ikke-garnrelaterede emner på Ravelry, mens informanterne mest var interesseret i fagrelateret information. Respondenterne poster også i høj grad på fora og grupper, men informanterne mest følger med uden at deltage aktivt selv.

## 5.4 Brugernes kreative proces

Mit andet forskningsspørgsmål drejer sig om hvordan Ravelry har påvirket brugernes kreative proces. De fleste af brugerne i min undersøgelse har mærket at dele af deres kreative proces har ændret sig, efter de blev medlem af Ravelry. Det gælder specielt i forhold til måden de finder information i kritiske stadier af et projekt, og mængden af information de har adgang til. Ravelry virker også som en motivationsfaktor, som kan bidrage til at brugerne producerer mere, lærer flere teknikker eller at deres projekter er forbedret. Muligheden for at registrerer sin proces i *my notebook* har ændret måden mine håndterer information om deres projekter.

## 5.5 Funktionalitet på Ravelry

Som svar på mit sidste forskningsspørgsmål, så har jeg i foregående afsnit vist at brugerne i min undersøgelse i høj grad benytter sig af funktionaliteten på Ravelry. Der er få funktioner som de ikke finder nyttige i en eller anden situation. Når det er sagt, så foretrækker de naturligt nok forskellige funktioner til forskellige formål. Det kan virke som om at den funktionalitet som er på Ravelry er en god støtte til garnrelateret håndarbejde som seriøs fritidsaktivitet.

## 5.6 Fritidsaktivitet og Berrypicking

Et resultat jeg imidlertid ikke havde forventet af denne undersøgelse, er at Ravelry også kan fungere som uformel fritidsaktivitet i sig selv. Dette satte traditionelle modeller for informationsadfærd på en prøve, og udfordrede mig til at finde alternative modeller. Elsweiler et al. (2011) har bidraget med en model som delvist beskriver både mine brugernes ”seriøse” og ”uformelle” informationsadfærd. Brugerne har imidlertid ikke noget klart skille mellem seriøs og uformel informationsadfærd, og bevæger sig flydende mellem målrettet, eksplorativ og social informationsadfærd. Det betyder at informationsbehov, søgetermer og kilder ændrer sig undervejs i processen, og dette fanges efter min mening bedst af Bates (2005) *Berrypicking-model*. Berrypicking-modellen har imidlertid ikke rum for de sociale elementer. Siden disse spiller en vigtig rolle i brugernes informationsadfærd, har jeg lavet et forslag til en udvidet Berrypicking-model som også favner social påvirkning i informationsprocessen (Jf. Kapitel 4.7).

Min undersøgelse har vist at brugerne har en alsidig informationsadfærd, og bevæger sig flydende mellem forskellige strategier og kilder. De kombinerer målrettet, eksplorativ og social informationsadfærd, afhængig af behov og kontekst. Selvom Ravelry er knudepunkt for

min undersøgelse, begrænser brugerne sig ikke til Ravelry i deres informationsproces, men traverserer et udvalg af både digitale, trykte og personlige kilder.

## 5.7 Vejen videre

For at holde mig inden for rammerne af denne opgave, var jeg nødt til at lave en prioritering af mine data. Mit datasæt indeholder imidlertid også information om forskellige typer brugere af Ravelry, for eksempel ældre brugere, nye brugere, uerfarne håndarbejdere og mænd. Ved at fokusere på forskellige typer brugere, vil man måske opdage nye brugsområder eller andre fokuspunkter i informationsadfærden. Et andet aspekt ved mit datasæt, som jeg ikke har haft mulighed til at udforske er respondenternes forhold til sprog og terminologi på Ravelry. Kommunikationen og indekseringen på Ravelry foregår hovedsageligt på engelsk, og med brugere fra hele verden kan dette skabe sproglige udfordringer. Derudover kommer fagterminologien som er knyttet til håndarbejde, og den helt særlige Ravelry-terminologi, som potentielt kan distancere nogle brugere fra informationen. Det sidste aspekt ved mit datasæt som jeg kunne tænke mig at undersøge nærmere er spørgsmål om hvorfor mine respondenter er medlem af Ravelry. Svarene indeholder et righoldigt materiale som kan knyttes til både informationsadfærd og fritidsstudier. En mere dybdegående analyse af svarene, vil sandsynligvis kunne bidrage med nye perspektiver til min undersøgelse.

Udformningen af spørgsmålene i min undersøgelse er til en vis grad præget af min teoretiske baggrund, med fokus på traditionelle modeller for informationsadfærd. Dette gjorde at jeg i lidt for høj grad fokuserede på problemløsning. Introduktionen af fritidsforskning åbnede imidlertid for nye forklaringsmodeller som hjalp mig med at se mit datamateriale i et nyt lys, og gav mig analyseværktøjer jeg ikke havde forudset. Derfor kunne det være spændende at lave en opfølgende undersøgelse med et større fokus på den informationsadfærd som er knyttet til brug af Ravelry som uformel fritidsaktivitet. En sådan undersøgelse vil også give et større sammenligningsgrundlag med rene sociale netsteder, som for eksempel Facebook. En anden måde at sætte min undersøgelse lidt i perspektiv, ville være at lave et komparativt studie, med andre grupperede sociale netsteder med fokus på håndarbejde, som for eksempel BurdaStyle.com. Her vil jeg også kunne teste om begreberne *planlagt serendipitet*, *social citering* og *strikkeklub-effekten*, som jeg har udviklet i forbindelse med denne undersøgelse, er anvendelige i andre sammenhænge.

Mine informanter er i mindre grad aktive på fora og grupper, end mine respondenter. For at opnå større dybde i min undersøgelse kunne det derfor være interessant at interviewe flere af de respondenter som er aktive. Dette ville give mig mulighed for at komme mere i dybden med informationsadfærd knyttet til sociale relationer med andre brugere. Det kunne også være interessant at lave interviewrunder med mine informanter, for eksempel i forskellige stadier af et projekt. En anden måde at udforme en undersøgelse som kan fange alle aspekter ved garnrelateret informationsadfærd, både digitalt og i ”den virkelige verden”, ville være at udforme et dagbogs-studie i stil med Elsweiler et al.’s tv-studie (2011).

## 6 Ressourcer

Audunson, R. (2010, 15. december). Nettsteder for bokelskere: en utfordring til bibliotekene.

*Bok og Bibliotek*, 5. Hentet fra <http://www.bokogbibliotek.no>

Bates, M. J. (2005). Berrypicking. I K. E. Fisher, S. Erdelez & L. McKechnie (Red.), *Theories of Information Behaviour* (s. 58-62). USA: ASIS&T.

Bates, Marcia J. (2007). What is browsing—really? A model drawing from behavioural science research. *Information Research*, 12(4) paper 330. Hentet fra:

<http://InformationR.net/ir/12-4/paper330.html>

Bates, Marcia J. (2010). Information Behavior. I Marcia J. Bates and Mary Niles Maack (Red.), *Encyclopedia of library and information sciences* (3. udg., s. 2381-2391). New York: CRC Press. Hentet fra <http://pages.gseis.ucla.edu/faculty/bates/articles/information-behavior.html>

Bjørneborn, L. (2008). Serendipitetsfaktorer og brugeradfærd på det fysiske bibliotek. *Dansk Biblioteksforskning*, 4(2), 41-54.

Bjørneborn, L. (2010). Design Dimensions Enabling Divergent Behaviour across Physical, Digital, and Social Library Interfaces. *PERSUASIVE 2010 : Fifth International Conference on Persuasive Technology*. s. 143-149. Berlin, Heidelberg: Springer. Preprint of final version of accepted short paper.

Bray, T. (2009, 2. september). Ravelry [blogindlæg]. Hentet fra

<http://www.tbray.org/ongoing/When/200x/2009/09/02/Ravelry>

Case, D. O. (2009). Serial Collecting as Leisure, and Coin Collecting in Particular. *Library Trends*, 57 (4), 729-752.

Chang, S-J. L. (2009). Information Research in Leisure: Implications from an Empirical Study of Backpackers. *Library Trends*, 57 (4), 711-728.

Chi, E. H. (marts 2009). Information Seeking Can Be Social. *Computer* 42( 3),42-46  
doi:10.1109/MC.2009.87

Cox, A.M. & Blake, M.K. (2011). Information and food blogging as serious leisure. *Aslib Proceedings*,63(2-3), 204-220.

- Ellis, D. (2003). Information-seeking behaviour. I: Feather, J. & Sturges, P. (Red.), *International Encyclopedia of Information and Library Science* (s. 300-301). London : Routledge, 2003.
- Ellis, D. (2005). Ellis's Model of Information Seeking Behaviour. I K. E. Fisher, S. Erdelez & L. McKechnie (Red.), *Theories of Information Behaviour* (s. 138-142). USA: ASIS&T.
- Elsweiler, D., Wilson M. L. & Kirkegaard-Lunn, B. (2011). Understanding casual-leisure information behaviour. I Spink, A. and Heinstrom, J. (Red.) *New directions in information behaviour* (s. 211-241). Emerald Group Publishing Limited.
- Evans, B. M. & Chi, E. H. (2008). Towards a model of understanding social search. In *Proceedings of the 2008 ACM conference on Computer supported cooperative work (CSCW '08)*. ACM, New York, NY, USA, 485-494.
- Fisher, K. E. & Julien, H. (2009). Information behaviour. *Annual Review of Information Science and Technology*, 43, s. 317-358.
- Fowler, F. J. (1995). *Improving Survey Questions: Design and Evaluation*. SAGE.
- Friis-Hansen, J. B. et al. (1996). *Informationsordbogen: ordbog for informationshåndtering, bog og bibliotek* (2. udg.). Charlottenlund: Dansk Standard. (DS-håndbog ; 109)
- Fulton, C. & Vondracek, R. (2009). Introduction: Pleasurable Pursuits: Leisure and LIS Research. *Library Trends*, 57 (4), 611-617.
- Fulton, C. (2009). Quid Pro Quo: Information Sharing in Leisure Activities. *Library Trends*, 57 (4), 753-768.
- Goodman, E. & Rosner, D. (2011). From Garments to Gardens: Negotiating Material Relationships Online and 'By Hand'. I *Proceedings of the 2011 annual conference on human factors in computing systems (CHI '11)*, Vancouver, BC, Canada (s. 2257-2266). New York, USA: ACM Press.
- Hartel, J. (2003). The serious leisure frontier in library and information science: Hobby domains. *Knowledge Organization*, 30(3/4). 228-238.
- Hartel, J. (2005). Serious Leisure. I K. E. Fisher, S. Erdelez & L. McKechnie (Red.), *Theories of Information Behaviour* (s. 313-322). USA: ASIS&T.



- Hartel, J. (2006). Taking leisure seriously: Information realities in leisure time. In A. Grove (Ed.), *Proceedings of the 69th ASIS&T Annual Meeting, November 3-8, 2006, Austin, Texas*. Vol. 43. American Society for Information Science and Technology: Silver Springs, Maryland.
- Hartel, J. (2010a). Hobby and leisure information and its users. In M. J. Bates, & M. N. Maack (Eds.), *Encyclopedia of library and information science* (3rd ed., Vol. 4, pp. 3263-3274). Boca Raton, FL: CRC Press.
- Hartel, J. (2010b). Managing documents at home for serious leisure: A case study of the hobby of gourmet cooking. *Journal of Documentation*, 66(6), 847-874.
- Hartel, J. (udateret). *Information Phenomena in Serious Leisure*. Hentet fra: <http://www.jennahartel.com/info-in-serious-leisure.html>
- Hudson, T. P. (2010). Spin Artists and How the Internet Fuels the Art Yarn Movement. I *Textile Society of America Symposium Proceedings, oktober 6-9, 2010, Lincoln, Nebraska*. Hentet fra: <http://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1021&context=tsaconf>
- Humphreys, S. (2008). The Challenges of Intellectual Property for Users of Social Networking Sites: a case study of Ravelry. I *Proceedings of the 12th international conference on Entertainment and media in the ubiquitous era (MindTrek '08)* (s. 125-130). New York, NY, USA: ACM press.
- Humphreys, S. (2009) The Economies Within an Online Social Network Market : A case study of Ravelry. I *ANZCA 09 annual conference : Communication, Creativity and Global Citizenship, Juli 8-10, 2009, QUT Brisbane*.
- Humphreys, S. (2012). Unravelling Intellectual Property in a Specialist Social Networking Site. I A. Lugmayr, H. Franssila, P. Näränen, O. Sotamaa, J. Vanhala, & Z. Yu (red.), *Media in the ubiquitous era: Ambient, social and gaming media*. (s. 248-266).
- Jacquilyne. (2011, 7. juli). Why Facebook can't match Ravelry, the social network for knitters. [Blogkommentar til Foci for Analysis blogindlæg dateret 7. juli 2011]. Hentet fra:

- Järvelin, K. (2003). Information Retrieval. I: Feather, J. & Sturges, P. (Red.), *International Encyclopedia of Information and Library Science* (s. 293-295). London : Routledge, 2003.
- Kari, J. & Hartel, J. (2007). Information and higher things in life: addressing the pleasurable and the profound in information science. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58 (8), 1131-1147.
- Kuznetsov, S. & Paulos, E. (2010). Rise of the Expert Amateur: DIY Projects, Communities, and Cultures. I *Proceedings of the 6th Nordic Conference on Human-Computer Interaction: Extending Boundaries (NordiCHI '10)* (s. 295-304). New York, USA: ACM Press.
- Manjoo, F. (2011, 6. juli). A Tigh-Knit Community: Why Facebook can't match Ravelry, the social network for knitters. *Slate, Technology*. Hentet fra: <http://www.slate.com>
- Mckeen, W. (2006, 26. marts). The endangered joy of serendipity: The modern world makes it harder to discover what you didn't know you were looking for. *St. Petersburg Times* [St. Petersburg, FL]. Hentet fra: [http://www.sptimes.com/2006/03/26/news\\_pf/Perspective/The\\_endangered\\_joy\\_of.shtml](http://www.sptimes.com/2006/03/26/news_pf/Perspective/The_endangered_joy_of.shtml)
- Morville, P. (2005). *Ambient Findability: What We Find Changes Who We Become*. Beijing: O'Reilly
- Pisa, S., Sen, D., Noel, S. & Nardi, B. (2012). *The Terrain of Search and Search Contingencies in Ravelry.com*. Malibu, CA: Pepperdine University. Upubliceret.
- Prigoda, E. & McKenzie, P. J. (2007). Purls of Wisdom: A Collectivist Study of Human Information Behaviour in a Public Library Knitting Group. *Journal of Documentation*, 63(1), 90-114.
- Pustylnick, I. (2011a), *Patterns of Concealed Advertising in Social Network Websites*. Tilgængelig fra SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1746163> eller <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1746163>
- Pustylnick, I. (2011b). Grey Marketing: A Cause for Analysis of Price and Distribution Chain Deficiencies. *Review of Business and Finance Case Studies Journal* , 2(1), 103-113.

- Pustylnick, I. (2011c). *Advertising in Social Networks*. Tilgængelig fra SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1976893> eller <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1976893>
- Ravelry. (udateret). *About us*. Hentet fra <http://www.ravelry.com/about>
- Ringdal, K. (2007). *Enhet og mangfold: Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode* (2. udg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Rosner, D.K., Ryokai, K. (2009). Reflections on Craft: Probing the Creative Process of Everyday Knitters. I *Proceedings of the seventh ACM conference on Creativity & Cognition (C&C '09), Berkeley, CA, USA*. (s. 195-204). New York, USA: ACM Press.
- Rosner, D.K., Ryokai, K. (2010). Spyn: Augmenting the Creative and Communicative Potential of Craft. I *Proceedings of the 28th international conference on Human factors in computing systems (CHI 2010), April 10-15, 2010, Atlanta, GA, USA* (2407-2416). New York, USA: ACM Press.
- Savolainen, R. (2005). Everyday Life Information Seeking. I K. E. Fisher, S. Erdelez & L. McKechnie (Red.), *Theories of Information Behaviour* (s. 143-148). USA: ASIS&T.
- Savolainen, R. (2007). Information behavior and information practice: reviewing the "umbrella concepts" of information-seeking studies. *Library Quarterly*, 77 (2). 109-132.
- Stebbins, R. A. (1982). Serious leisure: a conceptual statement. *Pacific Sociological Review*, 25(2), 251-272.
- Stebbins, R. A. (2004). *Between work and leisure: The common ground of two separate worlds*. New Brunswick, NJ: Transaction.
- Stebbins, R. A. (2007). *Serious leisure: A perspective for our time*. New Brunswick, NJ: Transaction.
- Stebbins, R. A. (2009). Leisure and Its Relationship to Library and: Information Science: Bridging the Gap. *Library Trends*, 57(4). 618-631.
- Sue, V. M. & Ritter, L. A. (2007). *Conducting online surveys*. Los Angeles: Sage.
- Tananbaum, G. (2009). Technology left behind: Ravelry Revelry. *Against the grain : linking publishers, vendors and librarians*, 20/2009(6), 83-85.

The Serious Leisure Perspective Website. (Februar 2013). *Diagram of the Serious Leisure Perspective*. Hentet 11. maj 2013 fra: <http://www.seriousleisure.net/slp-diagram.html>

The Serious Leisure Perspective Website. (udateret). *Welcome*. Hentet fra: <http://www.seriousleisure.net/>

Thompson, B. (2006, 26. maj). *Serendipity casts a very wide net*. BBC News. Hentet fra: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/5018998.stm>

Torrey, C., Churchill, E. F. & McDonald, D. W. (2009). Learning how: The Search for Craft Knowledge on the Internet. I *Proceedings of the 27th international conference on Human factors in computing systems (CHI '09)* (s. 1371-1380). New York, USA: ACM Press.

Wilson, T. D. (2005). Evolution in Information Behaviour Modeling: Wilson's Model. I K. E. Fisher, S. Erdelez & L. McKechnie (Red.), *Theories of Information Behaviour* (s. 31-36). USA: ASIS&T.

Yknit. (2008). *Episode 4: why Ravelry* [Podcast]. Hentet fra <http://yknit.com/webpage/episode-4-y-ravelry-featuring-jess-casey->

## **7 Bilag**

Bilag 1) Spørgeskema

Bilag 2) Godkendelse fra NSD

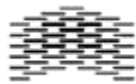
Bilag 3) Forespørgsel om deltagelse i interview

Bilag 4) Samtykkeerklæring

Bilag 5) Interviewguide

Bilag 6) Transkriberingsvejledning

Bilag 7) Mest brugte fraser ifølge ToCloud



OSLO AND AKERSHUS  
UNIVERSITY COLLEGE  
OF APPLIED SCIENCES

## Information behaviour on Ravelry

### Study introduction

Please complete this survey to help me get a better understanding of how Ravelers find information about knitting, crocheting and other yarn related subjects. Each response will be kept anonymous. This survey will be used for my master thesis in Library and Information Science at Oslo and Akershus University College of Applied Sciences ([www.hioa.no/english](http://www.hioa.no/english)).

The results of the study will be shared publicly at the conclusion of my master thesis. As academic research this study is not connected in any way with a for-profit company, marketing program or advertising agency. If you have any questions about the survey, please contact me on [s140524@stud.hioa.no](mailto:s140524@stud.hioa.no).

The survey should take about 10-15 minutes to complete. Please answer each question to the best of your knowledge, and finish the survey even if you do not wish to answer all of the questions.

I thank you in advance for your time and effort.

Tine Lodberg Frost



### User information

**1) Do you knit, crochet, spin, dye yarn, weave or do other crafts? (choose as many as you like)**

- Knit
- Crochet
- Spin
- Dye yarn
- Weave
- Other crafts



### **This box is shown in preview only.**

The following criteria must be fulfilled for this question to be shown:

- (
  - If Do you knit, crochet, spin, dye yarn, weave or do other crafts? (choose as many as you like) *equals* Knit
- )

**2) How many years have you been knitting?**

Select answer

**This box is shown in preview only.**

The following criteria must be fulfilled for this question to be shown:

- (
  - If Do you knit, crochet, spin, dye yarn, weave or do other crafts? (choose as many as you like) *equals* Crochet
- )

**3) How many years have you been crocheting?**

Select answer



User information

**4) How often do you visit Ravelry?**

- This is my first visit
- Daily
- A few times a week
- A few times a month
- A few times a year
- I don't know

**5) How long have you been a member of Ravelry?**

- Less than a month
- 1-6 months
- 6-12 months
- 1-2 years
- 2-4 years
- More than 4 years

**6) Why are you a member of Ravelry? (Please write a short answer)**

**7) How often do you make each of the following contributions to Ravelry**

	<b>Often</b>	<b>Once in a while</b>	<b>Never</b>	<b>I don't know</b>
<b>Add projects</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Add patterns</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Add yarn to your stash</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Tag your projects</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Post questions or comments about other users projects</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Post in forums og groups</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Favorite projects, patterns, yarns etc.</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Queue patterns</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Rate patterns</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Rate yarn</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Add items to your library</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**8) Are you a member of any other craft/DIY online communities than Ravelry?  
(Choose from the following)**

	<b>Yes</b>	<b>No</b>
<b>Online knitting communities</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Online crochet communities</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Online yarn/spinning communities</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Other online craft/DIY communities</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**Finding information on Ravelry**

**9) How often do you look for the following on Ravelry?**

	<b>Often</b>	<b>Once in a while</b>	<b>Never</b>	<b>I don't know</b>
<b>Patterns</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Projects</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Designers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sources (books, magazines, pamphlets/booklets, websites, Webzines or eBooks)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yarns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stash	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Brands	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
People	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Groups	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Events	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forums	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

---

**10) How often do you use the following features to find information on Ravelry?**

	Often	Once in a while	Never	I don't know
Simple search box	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Advanced search	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quick search (magnifying glass in top right tab)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Collection of links in the patterns tab ( <a href="http://www.ravelry.com/patterns">www.ravelry.com/patterns</a> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Collection of links in the yarns tab ( <a href="http://www.ravelry.com/yarns">www.ravelry.com/yarns</a> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Collection of links in the people tab ( <a href="http://www.ravelry.com/people">www.ravelry.com/people</a> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Local yarn shop directory	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

---

Every source (Book, magazine, website etc.) on Ravelry has an information page, with links to patterns, projects, discussions, groups, designers, erratas etc.

**11) How often do you discover new information relating to a source from its information page?**

Often

Once in a while

Never

---

**12) Have you used the following options to personalize Ravelry?**



	Yes	No	I don't know
Rearranging filters in Advanced search	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Choosing "knitting", "crochet" or "knitting+crochet" in the patterns tab (www.ravelry.com/patterns)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organizing your projects in tabs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sorting your projects by status	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rearranging items in your library	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



### This box is shown in preview only.

The following criteria must be fulfilled for this question to be shown:

- (
  - If Advanced search *equals* Once in a while
  - or
  - If Advanced search *equals* Often
- )

Finding information on Ravelry

13) How often do you use the following features in the Advanced search on Ravelry?

	Often	Once in a while	Never	I don't know
Filters	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Combine filters with AND, OR, NOT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sort matches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Save search	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Remember and compare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Share link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14) How often do you find information on Ravelry in the following ways?

	Often	Once in a while	Never	I don't know
--	-------	-----------------	-------	--------------

- |  |                          |                          |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <b>Well structured searches for specific information</b> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Browsing without looking for something specific</b>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Stumble upon useful information accidentally</b>      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



Language and terminology on Ravelry

**15) What is your primary language? (the language you use the most)**

- English
- Other western language (german, french, spanish etc.)
- Non-western language



**This box is shown in preview only.**

The following criteria must be fulfilled for this question to be shown:

- (
  - If What is your primary language? (the language you use the most) *equals* Non-western language
  - or
  - If What is your primary language? (the language you use the most) *equals* Other western language (german, french, spanish etc.)
- )

**16) Do you find patterns in your primary language on Ravelry?**

- Yes
- No
- I don't know



**This box is shown in preview only.**

The following criteria must be fulfilled for this question to be shown:

- (
  - If What is your primary language? (the language you use the most) *equals* Non-western language
  - or
  - If What is your primary language? (the language you use the most) *equals* Other western language (german, french, spanish etc.)

• )

**17) What language do you use the most when searching for information on Ravelry? (prioritize the following choices from 1-3)**

English  
 Primary language  
 Other languages

---

**18) To what extent do you agree with each of the following statements?**

	<b>Strongly agree</b>	<b>Agree</b>	<b>Neither agree nor disagree</b>	<b>Disagree</b>	<b>Strongly disagree</b>	<b>I don't know</b>
<b>Language is a limiting factor for me, when searching for information on ravelry</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>The use of craft terminology on Ravelry makes it harder for me to find what I am looking for</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>The use of "Ravelry terminology" makes it harder for me to find what I am looking for</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

➡

---

Does Ravelry influence you?

**19) How influenced are your projects by the following on Ravelry?**

	<b>Very influential</b>	<b>Somewhat influential</b>	<b>Not influential</b>	<b>I don't know</b>
<b>Other users favorites</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Other users UGHs (www.ravelry.com/projects/browse/ughs)</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Comments on other users projects</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Notes on other users projects</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Forum or group posts</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Friends activity</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Users who favorite your projects</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Images</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Step by step instructions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
<b>20) How influenced are your projects by the following features related to patterns on Ravelry?</b>						
	<b>Very influential</b>	<b>Somewhat influential</b>	<b>Not influential</b>	<b>I don't know</b>		
Projects linked to patterns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Yarns linked to patterns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Queues linked to patterns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Blog posts about patterns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Comments on patterns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Forum posts about patterns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Star rating on patterns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Difficulty rating on patterns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Star rating on yarns	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
More patterns by the same designer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
<b>21) To what extent do you agree with each of the following statements?</b>						
	<b>Strongly agree</b>	<b>Agree</b>	<b>Neither agree nor disagree</b>	<b>Disagree</b>	<b>Strongly disagree</b>	<b>I don't know</b>
I have more patterns to choose from after joining Ravelry	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I learn more different techniques after joining Ravelry	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I more often modify patterns after joining Ravelry	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
There is too much information on Ravelry	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
My projects have improved after joining Ravelry	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I work slower on my projects because of all the information/modifications	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**on Ravelry**

**My notebook on Ravelry is an important tool for me to manage information about my projects**



Finding information about needlework/yarn?

**22) Please rate your top 5 places to find information about needlework/yarn (choose only 5).**

- Ravelry
- Other online communities
- General search tools (such as Google)
- General forums and mailing-lists
- Blogs
- Written sources (Books, magazines etc.)
- Video tutorials
- Podcasts
- Online yarn shops
- Local yarn shops
- Knitting circles/stitch 'n bitch
- Other crafters face to face
- Other places


**23) Are video tutorials a good way for you to learn new techniques?**

- Yes
- No
- I don't know

**24) How often do you follow links from Ravelry to the following external sources of information?**

		Once in a Often while	Never	I don't know
<b>Blog</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Website</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Book</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Magazine</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Pamphlet/Booklet</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Webzine</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>eBook</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Flickr</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Yarn shop</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Search your local library</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Publisher</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Errata</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



---


Information not related to yarn/needlework

**25) Do you look for information on Ravelry (in forums or groups), not related to yarn/needlework?**

Yes

No

I don't know



---

**This box is shown in preview only.**

The following criteria must be fulfilled for this question to be shown:

- (
  - If Do you look for information on Ravelry (in forums or groups), not related to yarn/needlework? *equals* Yes
- )

Information not related to yarn/needlework

**26) What kind of non yarn/needlework related information do you look for? (choose as many as you like)**

Other types of craft

Current events

Art

Film/tv

Health

Family

Home & garden

- Work/job
- Reading/books
- Sports
- Other information



---

## About you

The following questions are about you. This information will not be traced back to you, and answering is voluntary.

### 27) What is your gender?

- Female
- Male

---

### 28) How old are you?

Select answer

---

### 29) Where do you live?

- North America
- Europe
- Asia
- Africa
- South America
- Australia or New Zealand
- Antarctica

---

### 30) Where did you find this survey?

- For the love of ravelry (forum)
- Group on Ravelry
- Ravelry message
- Email
- Facebook
- Twitter
- Other (please specify)

---

## Interviews

I plan to do interviews in the fall of 2012, and would love to talk to you! I would especially like to get in contact with Norwegian Ravelers, but everyone is welcome.

**31) Please leave your email if I can contact you for further information.**

---

© Copyright [www.questback.com](http://www.questback.com). All Rights Reserved.





Harald Hårfagres gate 29  
N-5007 Bergen  
Norway  
Tel: +47-55 58 21 17  
Fax: +47-55 58 96 50  
nsd@nsd.uib.no  
www.nsd.uib.no  
Org.nr. 985 321 884

Tor-Arne Dahl  
Institutt for arkiv, bibliotek- og informasjonsfag  
Høgskolen i Oslo og Akershus  
Pilestredet 48  
0167 OSLO

Vår dato: 17.08.2012

Vår ref:31165 / 3 / SSA

Deres dato:

Deres ref:

## TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 15.08.2012. Meldingen gjelder prosjektet:

31165

Behandlingsansvarlig

Daglig ansvarlig

Student

*Informasjonsadferd på Ravelry.com*

*Høgskolen i Oslo og Akershus, ved institusjonens øverste leder*

*Tor-Arne Dahl*

*Tine Lodberg Frost*

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstillende kravene i personopplysningsloven.


Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, eventuelle kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.


Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, [http://www.nsd.uib.no/personvern/forsk\\_stud/skjema.html](http://www.nsd.uib.no/personvern/forsk_stud/skjema.html). Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://www.nsd.uib.no/personvern/prosjektoversikt.jsp>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 15.12.2014, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

  
Vigdis Namtvedt Kvalheim

  
Sondre S. Arnesen

Sondre S. Arnesen tlf: 55 58 25 83

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Tine Lodberg Frost, Helgesens gate 78 B, 0563 OSLO

## Personvernombudet for forskning



### Prosjektvurdering - Kommentar

---

Prosjektnr: 31165

I følge prosjektmeldingen skal det innhentes skriftlig samtykke basert på skriftlig informasjon om prosjektet og behandling av personopplysninger. Personvernombudet finner informasjonsskrivet tilfredsstillende utformet i henhold til personopplysningslovens vilkår.

Innsamlede opplysninger registreres på privat pc. Personvernombudet legger til grunn at veileder og student setter seg inn i og etterfølger Høgskolen i Oslo og Akershus sine interne rutiner for datasikkerhet, spesielt med tanke på bruk av privat pc til oppbevaring av personidentifiserende data.

Prosjektet skal avsluttes 15.12.14 og innsamlede opplysninger skal da anonymiseres og lydopptak slettes. Anonymisering innebærer at direkte personidentifiserende opplysninger som navn/koblingsnøkkel slettes, og at indirekte personidentifiserende opplysninger (sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. yrke, alder, kjønn) fjernes eller grovkategoriseres slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes i materialet.

## Forespørsel om å delta i intervju i forbindelse med masteroppgave om Ravelry

Hei,

Jeg skriver til deg, fordi du oppga eposten din i forbindelse med min spørreundersøkelse på Ravelry.com våren 2012.

Som du kanskje husker er jeg masterstudent i Bibliotek- og informasjonsvitenskap ved Høgskolen i Oslo og Akershus og holder nå på med den avsluttende masteroppgaven. Temaet for oppgaven er informasjonsadferd på Ravelry.com. Jeg er interessert i samspillet mellom håndverk og informasjon, og spesielt hvordan brukere av Ravelry finner informasjon om strikking, hekling og andre garn-relaterte aktiviteter.

For å finne ut av dette, ønsker jeg å intervju 6 personer i Skandinavia. Jeg håper at du har lyst til at være en av disse. Spørsmålene vil dreie seg om hvordan du jobber med garnrelaterte prosjekter, hvor du finner informasjon/inspirasjon til disse og hvordan du bruker Ravelry.

Jeg vil bruke Skype ([www.skype.com](http://www.skype.com)) til intervjuet, og lagre det som lydopptak. Om du ikke har mulighet for å bruke Skype finner vi en annen løsning. Intervjuet skal foregå i september/oktober 2012, og vil ta ½ - 1 time. Vi blir sammen enige om et passende tidspunkt.

Det er frivillig å være med og du har mulighet til å trekke deg når som helst underveis, uten å måtte begrunne dette nærmere. Dersom du trekker deg vil alle innsamlede data om deg bli anonymisert. Opplysningene vil bli behandlet konfidensielt, og ingen enkeltpersoner vil kunne gjenkjennes i den ferdige oppgaven. Opplysningene anonymiseres og opptakene slettes når oppgaven er ferdig, innen utgangen av 2014.

Dersom du har lyst å være med på intervjuet, er det fint om du sender en bekreftelse på denne eposten, slik at vi kan avtale et passende tidspunkt. Siden vil jeg sende en samtykkeerklæring som du må signere og returnere til meg. Du kan enten sende den i posten, eller skanne den og sende den på epost.

Hvis det er noe du lurer på kan du ringe meg på 46 66 47 24, eller sende en e-post til [s140524@stud.hioa.no](mailto:s140524@stud.hioa.no). Du kan også kontakte min veileder Tor-Arne Dahl ved institutt for arkiv-, bibliotek- og informasjonsfag på telefonnummer 22 45 27 77.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD). Du kan lese mere om dette på <http://www.nsd.uib.no/personvern>.

Med vennlig hilsen

Tine Lodberg Frost  
Høgskolen i Oslo og Akershus

## Samtykkeerklæring for deltagelse i intervju i forbindelse med masteroppgave

Du har innvilget i å være en av 6 personer jeg vil intervjuer til masteroppgaven min i Bibliotek- og informasjonsvitenskap ved Høgskolen i Oslo og Akershus. Temaet for oppgaven er informasjonsadferd på Ravelry.com. Jeg er interessert i samspillet mellom håndverk og informasjon, og spesielt hvordan brukere av Ravelry finner informasjon om strikking, hekling og andre garnrelaterte aktiviteter.

Spørsmålene i intervjuet vil dreie seg om hvordan du jobber med garnrelaterte prosjekter, hvor du finner informasjon/inspirasjon til disse og hvordan du bruker Ravelry. Jeg vil bruke Skype ([www.skype.com](http://www.skype.com)) til intervjuet, og lagre det som lydopptak. Om du ikke har mulighet for å bruke Skype finner vi en annen løsning. Intervjuet vil ta omtrent en time.

Det er frivillig å være med og du har mulighet til å trekke deg når som helst underveis, uten å måtte begrunne dette nærmere. Dersom du trekker deg vil alle innsamlede data om deg bli anonymisert. Opplysningene vil bli behandlet konfidensielt, og ingen enkeltpersoner vil kunne gjenkjennes i den ferdige oppgaven. Opplysningene anonymiseres og opptakene slettes når oppgaven er ferdig, innen utgangen av 2014.

I min analyse vil det være nyttig for meg å kunne supplere svar fra intervjuet med dine svar fra spørreundersøkelsen. Om du ikke vil gi tillatelse til dette, så kan du markere det nederst i skjemaet.

Hvis det er noe du lurer på kan du ringe meg på 46 66 47 24, eller sende en e-post til [s140524@stud.hioa.no](mailto:s140524@stud.hioa.no). Du kan også kontakte min veileder Tor Arne Dahl Institutt for arkiv-, bibliotek- og informasjonsfag på telefonnummer 22 45 27 77.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD), og er tildelt prosjektnummer 31165.

Dersom du har lyst å være med på intervjuet, er det fint om du skriver under på den vedlagte samtykkeerklæringen og returnerer den til meg. Du kan enten sende den i posten, eller skanne den og sende den på epost.

Med vennlig hilsen  
Tine Lodberg Frost

Helgesens gate 78B  
NO-0563 Oslo  
Norge

-----  
Samtykkeerklæring:

Jeg har mottatt skriftlig informasjon og er villig til å delta i studien.

Navn .....

Signatur ..... Telefonnummer .....

Jeg godkjenner at svar fra intervjuet kan suppleres med mine svar fra spørreundersøkelsen:

Ja  Nei  (vennligst sett kryss i en av boksene)

## **Informasjonsadferd på Ravelry.com: intervjuguide/temaliste**

*Tine Lodberg Frost, 1. september 2012*

### **Briefing**

- Koselige at du ville være med
- Formålet med intervjuet
  - Informasjonsadfærd
  - Hvordan du finner garnrelatert informasjon på Ravelry og andre steder
- Forklare at jeg tar opp samtalen

### **Garnrelaterte prosjekter**

- Kan du fortelle meg om ditt siste garnrelaterte prosjekt?
  - Hva lagde du?
  - Hvordan bestemte du hva du skulle lage?
  - Hvor fant du informasjon til prosjektet? (Ravelry?)
  - Hvem/hva påvirket deg? (Ravelry?)
  - Endret prosjektet seg underveis? Hvorfor?
  - Hvordan ble resultatet? Hvorfor?
  - Er dette prosjektet typisk for måten du jobber på?
- Hva er et «typisk» garnrelatert prosjekt for deg?
- Kan du beskrive hvilken «type» du er i forhold til garn?
  - Prosess/resultat
  - Strikke/hekle/spinne/farge/veve
  - Store prosjekter/små prosjekter?
  - Erfaring?

### **Finne informasjon/inspirasjon**

- Hvis du har lyst til å strikke/hekle en bestemt ting, hvordan går du da frem for å komme i gang med prosjektet?
- Hvis du har noe garn du har lyst til å få brukt, men ikke vet hva du skal lage, hva gjør du da for å finne ut hva du skal lage?
- Hvis du har lyst til at lage «et eller annet», men er tom for ideer, hvor går du da for å få inspirasjon?

## Ravelry

- Hvordan bruker du «typisk» Ravelry?
  - Personlig organisering
  - Måltrettet søk i basene
  - Inspirasjon/browsing
  - Sosialt
  - I bestemte faser av et prosjekt
- Har måten du jobber med garn endret seg siden du ble medlem av Ravelry?
  - Lager du andre typer ting?
  - Har du blitt flinkere? Nye teknikker?
  - Har den kreative prosessen endret seg?
  - Har måten du finner informasjon/oppskrifter endret seg?
- Hva er dit forhold til fora og grupper på Ravelry?
  - Informasjon/ekspertise
  - Sosialt
  - Hva er ditt forhold til sosiale medier generelt? (Facebook, twitter etc.)
- Hva betyr Ravelry for deg?
- Hvordan vil du beskrive Ravelry i forhold til andre sosiale netverk?
  - Facebook, twitter etc.
  - Er Ravelry et lukket samfunn?

## Debriefing

- Er det noe mere du vil fortelle?
- Har du noen spørsmål?
- Hva slags utdanning har du?
- Hva er jobber du med?

## Transkriberingsvejledning

... Pause imellem ytringer. Hvis sætningen fortsætter bruges der ikke stort bogstav efter punktum.

*Ord* Kursiv angiver en form for betoning, via tonehøjde og/eller omfang.

ORD Store bogstaver angiver lyder som er specielt stærke i forhold til talen omkring.

() Tomme parenteser angiver at den som transkriberer ikke hører hvad der bliver sagt

(ord) Ord som er utydelige, som den som transkriberer gætter sig til hvad er.

[ord] Parenteser med ord i angiver stemning, lydord, andre beskrivende faktorer

/ Skråstreg viser at personen afbryder sig selv, og siger noget andet. Hvis f.eks. hvis et ord ikke siges helt færdigt.

Mmm Nå ja, det havde jeg ikke tænkt på

Mm Bekræftende

Bekræftende lyde som mm, midt i en talestrøm har jeg ikke altid taget med. Det ville gøre teksten vanskeligere at læse, og har ikke stor betydning for analysen.

## Mest brugte fraser ifølge ToCloud

find patterns(110) free patterns(91) pattern database(69) new patterns(65) find new(44) new techniques(41) great resource(39) find new patterns(34) learn new(32) yarn information(28) knitting patterns(24) finding patterns(24) knitting community(23) great place(23) people's projects(22) great community(21) learn new techniques(21) fellow knitters(18) minded people(17) find information(17) great source(17) fiber arts(17) keeping track(16) like-minded people(15) new projects(15) yarn info(15) pattern search(15) social aspect(15) finished projects(14) pattern ideas(14) new ideas(13) fellow crafters(13) similar interests(13) yarn database(13) knitting related(12) social networking(12) enjoy reading(12) local knitting(11) learning new(11) knitting group(11) wonderful resource(11) easy access(11) online community(11) buy patterns(11) yarn databases(11) pattern library(10) local knitters(9) real life(9) yarn reviews(9) social network(9) great patterns(8) knitting information(8) finding new(8) originally joined(8) knitting crocheting(8) share information(8) finished items(8) finished objects(8) good friends(8) social aspects(8) new yarns(8) knitting friends(7) til ÅŸ(7) pattern yarn(7) new people(7) project notes(7) knitting questions(7) knitting projects(7) amazing resource(7) project information(7) project ideas(7) knitting world(7) started knitting(7) yarn store(7) excellent resource(7) find inspiration(7) yarn stash(6) future projects(6) yarn related(6) find answers(6) excellent source(6) new friends(6) browse patterns(6) pattern searching(6) meet people(6) find knitting(6) meeting people(5) information patterns(5) initially joined(5) knitting related information(5) search functions(5) find pattern(5) discover new(5) peoples projects(5) pattern information(5) shared interests(5) great people(5) local yarn(5) sharing information(5) fantastic resource(5) great database(5) learning new techniques(5) crafting community(5) crochet patterns(5) excellent database(5) pattern resource(5) store patterns(5) knitters crocheters(5) knitting techniques(5) research patterns(5) community aspect(5) data base(5) wonderful community(5) long time(5) completed projects(5) great site(5) wonderful patterns(5) great resources(4) patterns great(4) new knitter(4) community full(4) discover new patterns(4) access patterns(4) knitting crochet(4) helpful tips(4) invaluable resource(4) good source(4) knitting knowledge(4) finding new patterns(4) find new projects(4) friendly community(4) answer questions(4) gain access(4) yarn shop(4) find info(4) buy yarn(4) research yarns(4) database features(4) sell patterns(4) finding information(4) search engine(4) community spirit(4) social networking site(4) huge database(4) great pattern(4) message boards(4) good place(4) amazing source(4) search patterns(4) new knitting(4)