

# Tema: Peak Facebook

## Är Facebook på väg bort?

Under mina föredrag får jag ofta frågan "Är Facebook snart borta?" samt "Vad kommer efter Facebook?". Jag hade först tänkt angripa båda dessa frågor i detta nyhetsbrev, men det blev lite väl mastigt så jag delar upp det i två. Ergo, i detta diskuteras Facebooks status och i ett kommande blir temat sociala upptäckter.

Det pratas ju en del om att Facebook stagnerar, att det är poppis att gå ur och att man fått nog av att stirra på andras frukostbilder. Själ blev jag nyligen bjuden på en fest med tillägget "FBF" – Facebookfri. Som alltid sker det motreaktioner när det blir för mycket av något. Att vara mainstream är det tristaste som finns och att gå ur har blivit en svag protest mot det allmängiltiga. När föräldrar och på senare tid mor- och farföräldrar går med i Facebook är det många unga som känner behov av att finna nya digitala spelplaner. Och som trendspanare är alltid det säkraste tipset att säga just tvärtom, att det som är mest populärt för stunden är ute. Då tror alla att man verkligen sett något som andra inte upptäckt. Men jag ska gå ett steg längre och säga att Facebook må ha (eller ha haft) en temporär dipp men trots det ändå fortsatt kommer att accepterats som det sociala nätverket nummer ett.

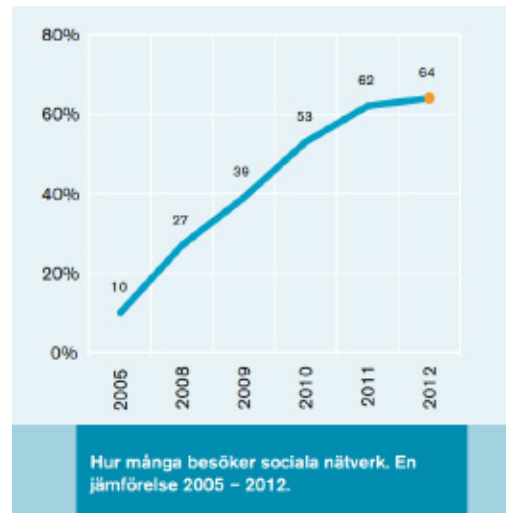


"Facebook? Så 2012." Eller?

## Avtagande tillväxt

Men finns det då något belägg för en avmattning? Social media och främst Facebook har ju under de senaste åren vuxit enormt. Men att social media nu tycks nå en viss mättnadsnivå visar statistik från senaste undersökningen "Svenskarna och Internet 2012".

Det tycks som att andelen som använder social media planar ut och bottenar vid omkring två tredjedelar av Sveriges internetanvändare. De grupper som fortfarande visar tillväxt är 50-plussare och de yngsta (7-12 år). Facebooks Sverigechef Martin Ingemansson ser begränsade tillväxtpotentialer framöver i antalet användare och menar att man inte kan växa hur mycket som helst. En förklaring tros vara att Sverige också var rätt tidigt ute med FB.

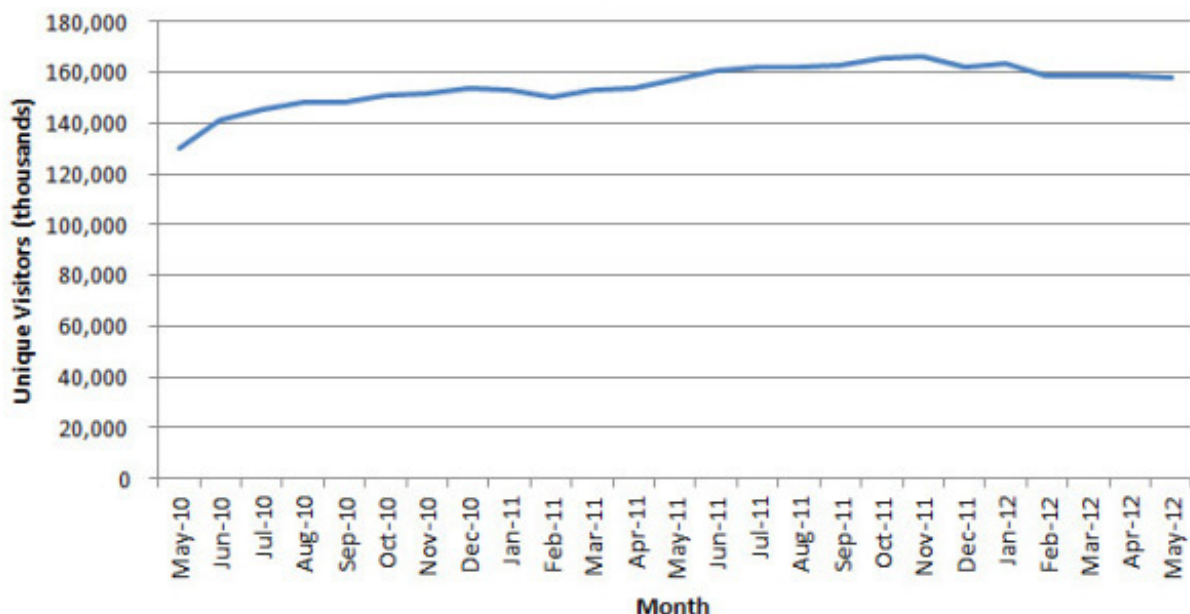


Alla S-kurvor planar ut med tiden.

## Peak Facebook?

Även i Nordamerika har Facebooks tillväxt stagnerat. Ja, det finns till och med tecken på att det faktiskt är färre unika användare jämfört med tidigare. Enligt data från comScore som mäter de största sajterna i USA månadsvis, så nåddes "Peak Facebook" i november 2011. Det var den tidpunkt flest användare använde Facebook och sedan dess har antalet gradvis sjunkit. Huruvida detta är en indikator på en framtida utveckling i Sverige är svårt att säga.

### Facebook Unique US Visitors



Har USA nått "Peak Facebook"?

## Internet, webben, Facebook

Att 5 miljoner svenskar använder Facebook minst en gång i månaden säger ändå att kraften i detta medium inte ska förringas. 500 Terabyte data skapas på Facebook – varje dag. Under en timme delas 3 miljoner länkar, 8 miljoner bilder laddas upp och 5 miljoner statusuppdateringar sker. Och 6 miljoner nya vänkontakter skapas vilket tyder på att vi fortsätter fördjupa våra relationer.

Globalt sett har man i oktober 2012 passerat 1 miljard aktiva användare. Då ska man för all del komma ihåg att även en användare som aldrig besöker Facebooks webbsajt räknas som aktiv om denne använder en tredjepartstjänst som integrerar med Facebook. Men detta säger också något om utvecklingen. Facebook håller möjligen på att äta upp webben. Facebook kan inte längre betraktas som en webbsajt utan får nu ses som en egen infrastruktur på internet. Den är ett medium i sig som många tredjepartsleverantörer använder för att få en viss grundfunktionalitet – och naturligtvis tillgång till miljontals användare. Facebook reglerar när det kommer till att äga identiteter på nätet. Faktum är att andelen tjänster som utnyttjar just Facebooks login-funktion ökat stadigt de senaste två åren.



*Världen räcker inte till (karta över Facebooks vänkopplingar).*

Facebook är förstås inte det första nätverket som har byggts av användare. Internet och webben har också byggts av användare steg för steg för att skapa en gemensam värdefull plattform. Skillnaden med Facebook är att det inte längre är ett öppet och fritt nätverk, utan ett enskilt vinstdrivande företag som äger infrastrukturen. Att fortsatta tvister om en tänkbar monopolsituation kommer att ske i USA är ingen vågad gissning.

Facebook saknar naturligtvis inte konkurrens från Google+, Twitter och en rad mindre sociala nätverk. Men enligt den logik som ofta styr expanderande nätverk så ökar nyttan ju fler som ansluter sig. Facebook har vuxit sig så stort att det har skapat en egen gravitationskraft som allt och alla dras till. Det går liksom inte att hålla sig undan.

## Facebookberoende

Trots dippen i USA anser hela 5 miljoner personer att de är "Facebook-beroende", vilket är nästan 2 procent av befolkningen. En studie från Göteborgs Universitet uppger att 26 procent av svenskarna mår dåligt om de inte får logga in regelbundet på Facebook. 70 procent loggar in varje gång de startar datorn eller webbläsaren och i snitt går man in 6 gånger per dag för att kolla. Facebook upplevs så belönande att forskare i Chicago kunnat visa att Facebook är mer beroendeframkallande än både alkohol och tobak. Men ingen fara, FaceAnonymous är en rehabiliteringssajt för de som sjunkit för djupt ner i träsket. Att man på deras sajt kan lämna kommentarer och trycka på "Gilla"-knappen är väl som ha en bar i entrén till AA.

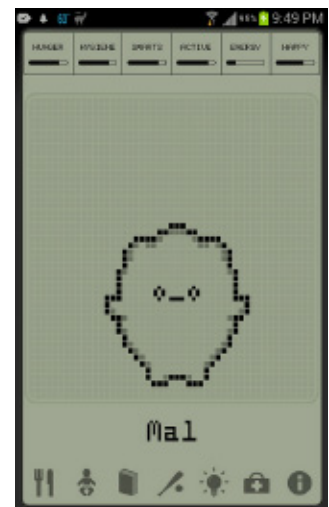


*Bekräftelseknarkarnas högberg.*

## Tamagotchigenerationen

Flera drivkrafter talar även för fortsatt användning av social media i allmänhet och kanske Facebook i synnerhet. Vi befinner oss idag högst upp i Maslows behovspyramid och livet handlar om självförverkligande och erkännande från andra. Facebook fyller effektivt båda dessa behov. Man kan bygga sitt personliga varumärke och konstant få bekräftelse från andra att man är en enastående person. Facebook är ett personligt skyltfönster och erbjuder dagligen små doser av uppmärksamhet, beröm och gillande från andra.

Minns ni Tamagotchi? De små dataspelen där man skulle ge ett litet digitalt djur mat för att det inte skulle dö. På samma vis har vi kanske nu en Tamagotchi-generation av bekräftelseknarkare på Facebook som ständigt måste bli omtyckta och gillade av andra. Det är sorgligt men jag tror det är sant.



*"Ge mig bekräftelse annars dör jag!"*

Det tycks som att verkligheten håller på att bli mindre intressant än storyn vi berättar om den efteråt. Eller varför inte mitt under själva händelsen: 11 procent av unga amerikaner har inte något emot att uppdatera Facebook medan de har sex.



*“Har det kul på Gotland.”*

## Från CV till Klout-score

En annan tanke är att det inte bara är vänner som använder Facebook utan även arbetsgivare. Enligt olika studier granskar omkring hälften av alla svenska arbetsgivare de arbetsökandes avtryck i social media. Facebook blir då en form av CV där man ska visa sig duktig, intressant och socialt kompetent. En personalchef jag mötte berättade att hon i en intervju med en ung kille fått frågan om företaget “hade googlat honom”. När svaret blev nej, så reste han och tackade för sig. Han ville inte arbeta på ett företag som inte ens hade förmågan eller fantasin att google sina kandidater. Det rimmade illa med hans egna värderingar kring digitalt beteende.

I USA börjar det bli allt vanligare att använda “Klout-score” – ett sammanvägt mått av hur stort inflytande man har i social media – som en bedömningsgrund för anställning. Det finns personer med lågt Klout-score som trots 15 års erfarenhet och i övrigt bra meriter blivit nobbade anställning. Och de som arbetar med att öka sitt Klout-score kan se fram mot fler jobberbjudanden, inbjudningar till olika event eller uppgradering till finare i hotellrum i Las Vegas (japp, det är inte ett skämt). Vi har inte sett denna utveckling i Sverige än, men om kravet på att synas och höras i social media ökar från arbetsgivarhåll så är nog Facebook den första hållplatsen. Och Twitter den andra.

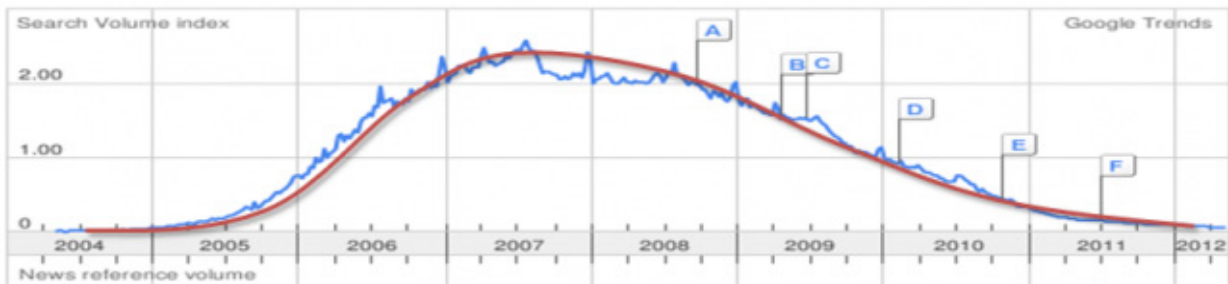


*Jag borde jobba på mitt Klout-score men saknar Justin Biebers karisma...*

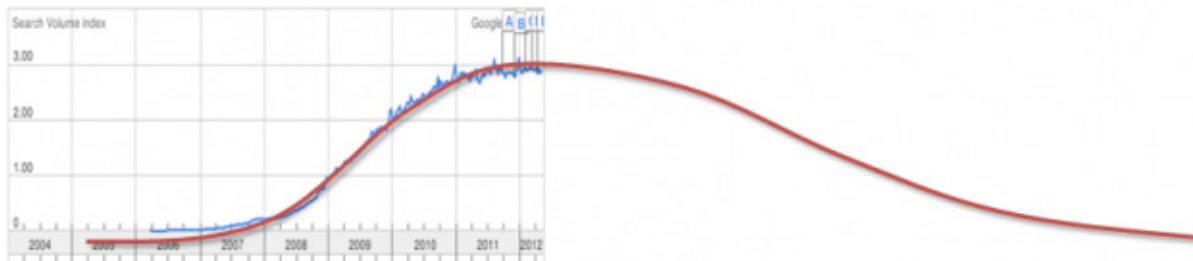
## Från 0 till 1 miljard och därifrån?

Så vad är då svaret, kommer Facebook försvinna? Well, MySpace gick från mastodont till randfenomen över en natt. Studerar man sökvolymen på Google Trends för MySpace och jämför med den för Facebook så kan man skönja en viss likhet i kurvorna. Värt att notera är dock att MySpaces tillväxt skedde ungefär dubbelt så snabbt som Facebooks. En liknande utveckling mötte svenska Lunarstorm som var helt dominerande bland ungdomar. Så att som framtidsstrateg säga att världen inte kommer att förändras är bland det dumaste man kan göra.

### MySpace Search Volume



### Facebook Search Volume



*Går Facebook samma öde som MySpace till mötes?*

Men givet den energi numera miljarder människor investerat i Facebook för att etablera alla relationer, ladda upp material och skapa sina offentliga personligheter så är det inte troligt att något annat nätverk kommer att ta över Facebooks tätposition i västvärlden under de kommande fem åren. Tror jag.

Att Facebook kommer att se annorlunda ut än idag är självklart. Facebook skulle möjligen kunna övergå till mer av ett bakgrundsmedium i framtiden, en plattform för andra tjänster som kräver sociala kopplingar (finns det några som inte kommer att göra det?). Men det får också implikationen att Facebook exakt kommer att veta vilka tjänster som är snabbväxare (av de som använder deras login-funktionalitet), och i tid kan konkurrera ut dem eller mer troligt köpa upp dem.

Följden av en stagnerande tilläxt kommer troligen också öka kraven på vinst per användare vilket kan leda till betydligt mer annonsering på sikt. Något som i sin tur kan skrämja bort folk.



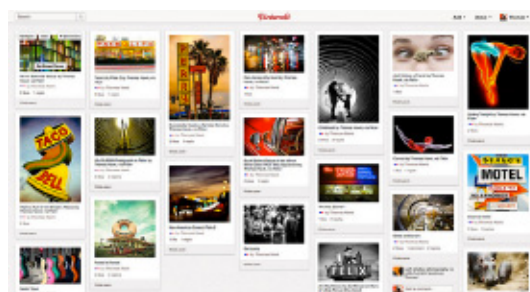
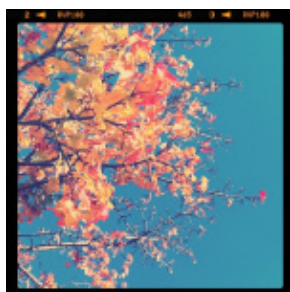
Facebook skulle också kunna få ett större och starkare fotfäste i den fysiska världen. Redan idag experimenterar butiker med provhytter där man kan ladda upp klädbilder på Facebook och direkt få dem bedömda av vänskapskretsen. Ska jag köpa eller inte köpa? Om den fysiska kopplingen stärks så kan en mycket seg och svårförändrad struktur skapas (i jämförelse med de digitala flyktiga).



*“Likes” på galgar, var ska allt sluta?*

## Den visuella vågen

Vad kommer då “efter Facebook”? Redan idag kan vi se att användandet söker nya vägar. Generellt sett kan man se en övergång mot ett mer visuellt baserat kommunicerande. Bättre mobilkameror kopplat till nya bildtjänster ger nya möjligheter att snabbt uppdatera vad man gör. Ett exempel är en förskjutning mot den bildbaserade tjänsten Instagram, framför allt tydligt bland unga (nu är det förvisso Facebook som äger Instagram så det kanske inte förändrar maktbalansen direkt). Ytterligare ett exempel är Pinterest som är en form av personliga collage man kan skapa och dela med andra.



*Instagram och Pinterest är snabbväxare.*

## Strömmande lifecasting

Om man ska göra en liknelse med annan media (typ webbtidningar) så är en nästa naturlig fas rörlig media. Miso TV skapar diskussionnytor för socialt tv-tittande och med Social Tape kan man se alla FB-kompisars videor i en lång följd. En annan möjlig utveckling är en mer omfattande "lifecasting". Det är inte ett nytt fenomen men det har hittills bara varit enstaka personer som direktsänt hela eller delar av sitt liv via videokamera. Om miljontals skulle ägna sig åt detta skulle det förändra spelplanen. För att inte säga beteenden.



*Varför inte direktsända dina 360s på nätet via skidglasögonen?*

Redan idag fyller vissa bloggare sina dagar med artificiella händelser för "att få något att skriva om" (t.ex. Sanna Lundell). Om man ska direktsända sina förehavanden måste man på liknande vis se till att det är en intressant handling i filmen om ens liv.

Kameror på klätter- och skidhjälm är vardagsmat och nu kommer även kamera inbyggt i skidglasögonen. Om Googles Project Glass får oss att ta på AR-glasögon så står det inte på förrän alla går runt och strömmar sina liv live. I en sådan framtid kan det vara mer oklart om det är Facebook som fortfarande regerar. Men det är troligen också mer än fem år bort.

För mer info och prenumeration på detta nyhetsbrev, kolla in [www.futurewise.se](http://www.futurewise.se)  
Intresserad av inspirerande trendföredrag? Maila på [info@futurewise.se](mailto:info@futurewise.se)  
Bilder i nyhetsbrev är förutom egna bland annat från Flickr Creative Commons.