KANDIDATUPPSATS I BIBLIOTEKS- OCH INFORMATIONSVETENSKAP
AKADEMIN FÖR BIBLIOTEK, INFORMATION, PEDAGOGIK OCH IT
2019

Learning by brewing

en kvalitativ intervjustudie om hembryggare av öl och deras informationsbeteende

JUDIT ANDERSSON
HANNA HORN

HÖGSKOLAN I BORÅS
VETENSKAP FÖR PROFESSION

© Judit Andersson och Hanna Horn
Mångfaldigande och spridande av innehållet i denna uppsats
– helt eller delvis – är förbjudet utan medgivande

Svensk titel:	*Learning by brewing*: en kvalitativ intervjustudie om hembryggare av öl och deras informationsbeteende
Engelsk titel:	Learning by brewing: a qualitative interview study on homebrewers of beer and their information behaviour
Författare:	Andersson, Judit, & Horn, Hanna
Färdigställt:	2019

Abstract: Homebrewing of beer is a worldwide growing hobby, and using Stebbins' theories on leisure, brewing can be classified as a *serious leisure*. Using a qualitative approach, the aim of this explorative bachelor's thesis is to gain a deeper understanding of a group of serious leisure homebrewers through the use of semi-structured interviews. The research questions are: Which information resources are used by home brewers? Which information activities do homebrewers perform? To what extent do homebrewers share information with other home brewers? The transcribed interviews were analysed using Lloyd's concept on information landscapes, Talja and Hansen's concept on information behaviour and previous studies on the information behavior of hobbyists. The homebrewers use a variety of text-based, social and physical information resources for their hobby. Beer is the most important information resource, as interaction with different categories of beer create the brewers own *taste*. Taste act as a catalyst for consequent information activities. The brewers own experiences of brewing is also a valued resource since it creates know-how about the processes involved. The main information activities associated with brewing revolve around the making of recipes: brewers search for recipes that they compare, alter or combine to suit their own preferences. Information sharing is prevalent among the brewers in the study as it is expected by the homebrewing community at large. Sharing is seen as a method of transferring information from brewer to brewer in their quest for the ultimate brew.

Nyckelord: informationsbeteende, hembryggning, informationsaktiviteter, informationsutbyte, informationsresurser, öl

Borås, 24 maj 2019

Vi vill rikta ett stort tack till följande:

- Studiens deltagare som ställt upp med tid, ovärderlig information och kunskaper om hembryggning samt fika. Utan er hade den här studien varit omöjlig att genomföra, och vi vet vilka vi ska maila när våra egna bryggningar inte går som de ska.
- Våra handledare Mats Dahlström och Malin Ögland för värdefull respons.
- Personalen på Högskolebiblioteket i Borås för hjälp med kluriga referensfrågor, fjärrlån, lokalbokning samt allmän pepp och uppmuntran under vår studietid. Extra tack till Tove Lekselius och Tandis Talay!
- Våra kurskamrater.
- Våra familjer och vänner.
- A och F.

Innehållsförteckning

1 INLEDNING **1**
1.1 PROBLEMFORMULERING 1
1.2 SYFTE 2
1.3 FORSKNINGSFRÅGOR 2
1.4 AVGRÄNSNINGAR 2
2 TEORI **4**
2.1 SERIOUS LEISURE 4
2.2 INFORMATION LANDSCAPES 5
2.3 INFORMATIONSUTBYTE, SAMARBETE OCH SOCIAL BROWSING 6
3 TIDIGARE FORSKNING **8**
3.1 INFORMATIONSVETENSKAPLIGA STUDIER OM HOBBYISTER 8
3.1.1 Amatörkockar *8*
3.1.1.1 Matlagningsepisod 9
3.1.1.2 Informationskontexter 10
3.1.2 Fanfiktionskribenter *10*
3.1.3 Historiskt återskapande *11*
3.1.4 Släktforskare *12*
3.1.5 Stickningsintresserade *12*
3.2 HEMBRYGGARE 13
4 METOD **15**
4.1 METODVAL 15
4.2 URVAL 15
4.3 INSAMLINGSMETOD: SEMISTRUKTURERADE INTERVJUER 16
4.4 ANALYSMETOD: KVALITATIV INNEHÅLLSANALYS 18
4.5 FORSKNINGSETISKA ÖVERVÄGANDEN 19
5 RESULTAT OCH ANALYS **20**
5.1 PRESENTATION AV STUDIENS DELTAGARE 20
5.2 INFORMATIONSRESURSER 21
5.2.1 Skriftliga informationsresurser *21*
5.2.1.1 Fysiska böcker 21
5.2.1.2 Internetresurser 22
5.2.2 Verktyg för receptskapande *22*
5.2.3 Sociala informationsresurser *23*
5.2.3.1 Sociala informationsresurser ansikte-mot-ansikte 23
Fysiska ölbutiker och dess personal 23
Mässor, festivaler, SM och bryggerier 24
Föreningar samt bryggarvänner och mentorer 24
5.2.3.2 Virtuella sociala informationsresurser 25
Internetforum 25
Facebook 26
5.2.4 Fysiska informationsresurser *27*
5.2.4.1 Öl 27
Egen hembryggd öl 27

Andras hembryggda öl ... 28
Mikrobryggeriöl ... 28
Makrobryggeriöl ... 29
5.2.5 Erfarenhet som informationsresurs ... *29*
5.3 BRYGGNINGSPROCESSEN OCH DESS INFORMATIONSAKTIVITETER ... 30
5.3.1 Utforska/inspiration samt planera ... *30*
5.3.1.1 Andras recept ... 30
5.3.1.2 Egna recept ... 31
5.3.1.3 Autenticitet ... 33
5.3.2 Införskaffa och förbereda ... *36*
5.3.3 Genomföra ... *36*
5.3.4 Dricka och utvärdera ... *37*
5.3.4.1 Drickande av den egna ölen ... 37
5.3.4.2 Drickande av andras öl ... 38
5.3.4.3 Andra dricker respondenternas öl ... 39
5.4 INFORMATIONSUTBYTE I HEMBRYGGARHOBBYN ... 39
5.4.1 Utbyte av information ... *40*
5.4.2 Ta del av information ... *41*
5.4.3 Samarbete och uppdelning av arbete ... *42*
5.4.4 Information som inte utbyts med andra ... *42*
6 DISKUSSION OCH SLUTSATSER ... 43
6.1 VILKA INFORMATIONSRESURSER HEMBRYGGARE ANVÄNDER ... 43
6.2 VILKA INFORMATIONSAKTIVITETER HEMBRYGGARE ÄR INBEGRIPNA I ... 43
6.3 HUR HEMBRYGGARE UTBYTER INFORMATION MED ANDRA HEMBRYGGARE ... 45
6.4 KRITISKA REFLEKTIONER KRING METOD OCH UTFÖRANDE ... 46
6.5 FÖRSLAG PÅ FRAMTIDA FORSKNING ... 47
KÄLLFÖRTECKNING ... 48
BILAGA 1: INTERVJUGUIDE ... 52
BILAGA 2: MODELL ÖVER BRYGGNINGSPROCESSEN ... 54
BILAGA 3: MISSIVBREV ... 55
BILAGA 4: FACEBOOKEFTERLYSNINGAR ... 56
BILAGA 5: SAMTYCKESBLANKETT FÖR INSAMLING OCH BEHANDLING AV PERSONUPPGIFTER ... 57

1 Inledning

Öl är en av världens äldsta drycker och har bryggts sedan åtminstone 6000 f.Kr (Nordlöv, u.å.; Young, 2018). Huvudingredienserna i öl är i grund och botten vatten, spannmål, jäst samt humle som mältas, bryggs, jäses samt smaksätts och resulterar i en alkoholhaltig dryck (Nordlöv, u.å.; Young, 2018). Kommersiell ölbryggning i dag är en mångmiljardindustri: 2017 bryggdes det i Sverige 4,8 miljoner hektoliter öl (Brewers of Europe, 2018, s.7), men det är också vanligt att brygga öl hemma. Hobbyn hembryggning har haft ett uppsving på senare år och enligt Eronsson (2017) finns det nu fler hembryggare av öl i Sverige än någonsin förr. Trenden kan dessutom ses i den senaste undersökningen av svenskars alkoholvanor från Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning som visar att konsumtionen av hembryggt öl totalt sett har ökat de senaste 10 åren (Trolldal och Leifman, 2018, s.19). Det ökade intresset för hembryggning kan dessutom ses i mängden ny litteratur om hembryggning av öl, mängden Facebookgrupper som samlar hembryggare från hela världen och Sverige samt utbudet av Youtubekanaler med hembryggare som delar med sig av recept och tekniker för hembryggarentusiaster. I Sverige finns Svenska hembryggareföreningen (SHBF) som är en intresseförening för hembryggare från hela Sverige med över 2000 medlemmar (SHBF, 2016). SHBF är dessutom organisatör av det sedan 1989 årligen återkommande svenska mästerskapet i hembryggd öl, som 2019 samlade 639 tävlingsbidrag från hela landet (SHBF, 2019).

Hembryggning av öl kan dessutom ses som en avancerad informationsintensiv hobby, då vägen till den ultimata ölen är en komplex process som kräver kunskap om ölbryggandets olika steg (Duarte Alonso, Alexander & O'Brien, 2018a). Under vår utbildning har vi funnit ett intresse i användarstudier och att undersöka hur människor i olika kontexter söker och använder information. Vi är dessutom själva intresserade av hantverksöl och hantverket bakom. Genom att kombinera detta vill vi belysa ett område som vi anser är relevant inte bara för biblioteks- och informationsvetenskapen, utan även för att vi vill nå en djupare förståelse för hur människor i en specifik hobbykontext söker och använder information.

1.1 Problemformulering

Informationsbeteende är en gren av informationsvetenskapen som studerar människors interaktion med information. Enligt Donald O. Case och Lisa Given (2016, s.6) omfattar informationsbeteende både aktiv och passiv informationssökning, det vill säga då individer medvetet söker efter information men också information som individen kommer över oavsiktligt eller genom en slumpartad sökning, i för individen relevanta informationskällor eller informationsresurser. Även aktivt undvikande av information inräknas. För att förstå människors informationsbeteende och hur de hanterar information på olika sätt undersöker forskare inom området en vidare kontext såsom individens situation, geografi, kultur och tid. Den sociala roll som har undersökts mest inom informationsbeteendeforskningen är yrken, exempelvis journalister, advokater, forskare, läkare och sjuksköterskor samt chefer (Case & Given, 2016, s.278-319). Forskningen har även fokuserat på sociala roller utanför arbetslivet, vilka enligt Case och Given (2016) kan kategoriseras som "nonwork" där bland annat hobbyisters informationsanvändning är en liten men växande gren (Case & Given, 2016, s.330-333). Case och Given (2016, s.330) förklarar att hobbyaktiviteter är frivilliga aktiviteter som

utövarna inte får betalt för men att aktiviteterna kan vara lika intensiva och tidskrävande som om de vore betalt arbete. Detta innebär också att hobbyaktiviteter utgör mer än korta upplevelser eller enkelt konstruerade projekt.

Robert A. Stebbins (2009, s.619, 622) har forskat om en kategori av fritidsaktiviteter där människor är starkt engagerade med syfte att skapa sig en meningsfull fritid (*serious leisure*). Stebbins framhåller att hobbyer som kan klassificeras som *serious leisure* har en hög grad av komplexitet och är mycket beroende av information. Hobbyisten använder sig av information av olika slag på å ena sidan ett självuppfyllande plan för att lära sig utöva och förbättra sina kunskaper kring sin hobby, och å andra sidan på ett socialt plan för att exempelvis ta reda på datum för aktiviteter kopplade till sin hobby där hobbyisten kan träffa andra likasinnade (Stebbins, 2009, s.627-628), och därför är det viktigt att studera hobbyisters informationsanvändning inom informationsvetenskapen. Tidigare studier av hobbyisters informationsbeteende har bland annat behandlat amatörkockar (Hartel, 2006, 2011), fanfiktionskribenter (Hill & Pecoskie, 2017) samt släktforskare (Fulton, 2009). Däremot är hobbyisters informationsbeteende underrepresenterat i förhållande till traditionell informationsbeteendeforskning. Vidare hävdar Duarte Alonso, Alexander och O'Brien (2018a) samt Murray och O'Neill (2015) som utforskat hembryggning inom *leisure*-området att hembryggning kan ses som en informationsintensiv hobby som generellt kräver stora mängder information och kunskap om de ingredienser samt kemiska processer som ingår i ölbryggning, exempelvis jäsning, mikrobiologi samt bryggmetoder. Hembryggares informationsbeteende kan likställas med tidigare utforskade informationsintensiva hobbyer som amatörkockar där utövarna har ett distinkt informationsbeteende (Hartel, 2011, s.217, 228-229), vilket gör hembryggare särskilt intressanta att utforska utifrån ett biblioteks- och informationsvetenskapligt perspektiv.

1.2 Syfte

Syftet med studien är att nå kunskap om vilka informationsresurser hembryggare använder samt hur hembryggare söker, använder och utbyter information om sin hobby. Uppsatsen presenterar en explorativ studie som bidrar till kunskapsbasen om hobbyisters informationsbeteende. Uppsatsen behandlar också en hittills outforskad hobby utifrån ett biblioteks- och informationsvetenskapligt perspektiv.

1.3 Forskningsfrågor

- Vilka informationsresurser använder hembryggare för sin hobby?
- Vilka informationsaktiviteter är hembryggare inbegripna i genom sin hobby?
- I vilken utsträckning utbyter hembryggare information med andra hembryggare?

1.4 Avgränsningar

I denna studie har vi har valt att undersöka hembryggare av öl utifrån ett *serious leisure*-perspektiv, vilket innefattar hembryggare som verkar inom en avancerad hobbykontext. Detta utesluter ölbryggare som verkar på en grundläggande nivå samt professionella ölbryggare (se 2.1 för vidare resonemang kring *serious leisure* och skillnaden mellan ölbryggare som verkar på en grundläggande nivå och på *serious leisure*-nivå samt kapitel 4.2 för en förklaring av urvalsram). Därför görs heller ingen avgränsning kring

att enbart undersöka hembryggare som brygger specifika ölsorter då detta blir en för snäv avgränsning i förhållande till studiens syfte.

2 Teori

Kapitlet inleds med en redogörelse för begreppet *serious leisure* som är en central utgångspunkt för denna studie. Därefter redogörs för de två teoretiska begrepp som färgat denna studie: Annemaree Lloyds teoretiska koncept kring informationslandskap (*information landscapes*) samt Sanna Taljas och Preben Hansens teoretiska ramverk kring informationsutbyte (*information sharing*) och underliggande begrepp.

2.1 Serious leisure

Stebbins (2009, s.622) teoretiska ramverk kring *leisure*, som översätts till fritid på svenska, är skapat för att undersöka människors informationsbehov kring fritidsaktiviteter. Begreppet *leisure* definieras som en frivillig aktivitet som människor engagerar sig i på fritiden för att individen vill eller kan engagera sig i aktiviteten. Det ska inte föreligga något tvång i att ägna sig åt aktiviteten och individen känner ofta en djupare personlig tillfredsställelse i samband med att utförandet av aktiviteten. En aktivitet inom *serious leisure* är något som individen deltar i antingen fysiskt eller mentalt eller både och, samtidigt som individen strävar efter att nå något slags mål med aktiviteten (Stebbins, 2009, s.619-620).

Det teoretiska ramverket kretsar kring tre former av *leisure*: *casual leisure*, *serious leisure* och *project-based leisure* som alla beskriver fritidsaktiviteter utifrån olika ambitionsnivåer och tidsramar för aktiviteterna. För att förstå *leisure* förklarar Stebbins (2009, s.620-621) att de olika nivåerna kretsar kring en kärnaktivitet som omfattar ett visst antal logiskt förbundna steg som måste följas i en bestämd ordning för att uppnå ett önskat mål eller en produkt. Stebbins (2009, s.620-621) framhåller att det är denna kärnaktivitet som motiverar individen till att både först prova och vidare fortsätta med aktiviteten.

Casual leisure definieras som en mindre komplex fritidsaktivitet med en relativt kortvarig kärnaktivitet som ger direkt tillfredsställelse för utövaren. Utövaren behöver inga särskilda kunskaper eller förförståelse för att kunna ägna sig åt kärnaktiviteten. Exempel på *casual leisure* är att leka, titta på TV i underhållningssyfte eller att vara engagerad i enkelt volontärarbete såsom att dela ut flygblad för en organisation (Stebbins, 2009, s.621-623). *Project-based leisure* definieras som en kortvarig och något mer komplex aktivitet som kan vara antingen en engångsföreteelse eller en aktivitet som utförs upprepade gånger, dock inte systematiskt. Stebbins (2009, s.622) framhåller att planering är en stor och viktig del i denna form av *leisure* och att utövaren kan behöva en viss kunskap och förförståelse för att kunna ägna sig åt kärnaktiviteten. Dock är utövaren enligt Stebbins inte intresserad av att utveckla projektaktiviteten på ett djupare plan. Exempel på *project-based leisure* är att bygga en stenmur i trädgården eller planera ett firande för en 50-årig bröllopsdag (Stebbins, 2009, s.623). *Serious leisure* är den mest komplexa fritidsaktiviteten som innebär att utövaren systematiskt ägnar sig åt en kärnaktivitet som utövaren finner ett sådant gediget intresse i och får ett sådant värdefullt utbyte av att hen ger sig in på en *leisure career* för att lära sig så mycket som möjligt av kärnaktiviteten och samtidigt tillgodogöra sig de särskilda kunskaper och färdigheter som krävs för att kunna ägna sig åt kärnaktiviteten till fullo. Stebbins (2009, s.620-621) exemplifierar kärnaktiviteter inom *serious leisure* med att skapa och behandla möbler av trä eller med en alpinåkare som skidar nedför backar med

nysnö. Utövare av respektive kärnaktivitet behöver beakta ett visst antal steg i en logisk ordning för att nå sitt mål, vare sig det handlar om att skapa sin möbel eller att åka säkert ned för backen.

Som den mest komplexa formen av fritidsaktiviteter är *serious leisure* dessutom den mest informationskrävande då utövarna behöver både söka och sprida en stor del information för att kunna ägna sig åt kärnaktiviteten (Stebbins, 2009, s.622). Vidare framhåller Stebbins (2009, s.627) att det finns två typer av information inom *serious leisure* och som dels är relaterad till en social värld och som dels har att göra med självuppfyllelse hos utövaren. För att kunna göra karriär inom sin hobby behöver utövaren lägga ner mycket tid på att tillägna sig och erövra den specifika kunskap, erfarenhet, utbildning samt de färdigheter som kärnaktiviteten kräver. Detta kräver i sin tur att utövaren behöver ta del av en stor del information, exempelvis genom att läsa böcker och artiklar, delta i och utbyta information via nätverk och workshopar, besöka och ta del av information på webbsidor och så vidare. Därför konstaterar Stebbins (2009, s.622, 627) att *serious leisure* är särskilt intressant för biblioteks- och informationsvetenskapen att undersöka närmare.

Enligt Stebbins (2009, s.623-624) finns det tre typer av *serious leisure* och som alla har olika inriktningar vad gäller kärnaktiviteter och utförande: *amatörism*, *hobbyer* samt att vara *volontär*. Hobbyer är relevant för denna uppsats och då särskilt underkategorin *skapande och pysslande* (*making and tinkering*) där vi anser att hembryggning av öl hör hemma i form av en fritidsaktivitet på en avancerad hobbynivå; det är även här Jenna Hartel (2006) placerar hobbyutövande gourmetkockar. Ölbryggningen består av flera steg som måste följas noggrant i en viss bestämd följd för att slutprodukten, det vill säga den färdiga ölen, ska bli så bra som möjligt. Det krävs också en stor mängd information för att kunna delta i hobbyn samt för att bli en skicklig bryggare.

2.2 Information landscapes

Information literacy eller informationskompetens är ett vittomfattande begrepp som traditionellt kan sägas inbegripa hur individer eller grupper hittar och använder information (American Library Association, 2000, s.2). Det råder dock inget samförstånd inom biblioteks- och informationsvetenskapen kring vad begreppet innefattar vilket leder till att forskare utarbetar egna definitioner av vad informationskompetens inbegriper eller vad det är (Case & Given, 2016, s.99; Lundh, Limberg & Lloyd, 2013). Informationsvetaren Annemaree Lloyd har studerat brandmäns lärande i arbetsplatskontexter och utifrån sina studier utvecklat teoretiska koncept kring informationskompetens. Lloyd (2006, s.570; 2010, s.36) framhåller att informationskompetens är ett bredare begrepp än att bara beskriva de förmågor som en informationskompetent individ besitter. En informationskompetent individ kan navigera i det som Lloyd (2010, s.9-10) beskriver som informationslandskap (*information landscapes*), vilket kan beskrivas som miljöer eller platser där information skapas och utbyts av människor som befinner sig i samma kontext. Ett informationslandskap kan exempelvis vara en specifik fysisk plats som en arbetsplats, men också en mer abstrakt konstruktion som att ha en viss sjukdom eller att delta i en hobby som nödvändigtvis inte behöver vara bunden till en plats (Lloyd, 2010, s.138-139).
Informationskompetenta personer kan framgångsrikt manövrera i samt utvinna meningsfull information från den miljö eller kontext individen befinner sig i (Lloyd,

2006, s.578): meningsfull information kan för en hembryggare vara att förstå hur vattenhårdhet påverkar en bryggnings utfall. Att känna tillhörighet i ett informationslandskap fordrar tillgång till samt förmågan att kunna använda information som på olika sätt ses som accepterad eller legitim av de människor som verkar inom landskapet (Lloyd, 2006, s.572; 2010, s.10).

Brandmannastudierna resulterade i teoretiska resonemang kring tre olika sorters informationsresurser som återfinns på arbetsplatser (Lloyd, 2006, s.575-576), men det går att se samma sorts informationsresurser i hobbykontexter. Den första resurskategorin är textbaserade resurser, som en person vanligen använder som nybörjare för att få åtkomst till en miljö och den information som krävs för att vara inbegripen i en aktivitet. Den andra resurskategorin består av sociala resurser, eller information som kommer från andra människor som verkar i samma informationslandskap. Sociala informationsresurser fungerar som en form av gemensamt medvetande och är högt skattad av ett kollektiv då dessa ger en gemensam syn av vad som anses vara viktig information. Den sista kategorin är fysiska källor som uppfattas genom kroppen. Dels kan individer inhämta information genom att observera andra som ägnar sig åt en uppgift, dels inhämta information med sinnena som exempelvis synen eller smaken. Dessa källor skapar ett kunnande genom en kombination av många olika källor och gör att en person kan förstå sitt landskap och informationen däri. Exempelvis kan en hembryggare genom att se hur en annan hembryggare är inbegripen i en viss syssla inhämta information om hur det bör gå till. Lloyds resonemang kring informationslandskap är användbar för denna studie. Begreppet är visserligen utvecklat för att förklara hur informationskompetens kan se ut i arbetsplatskontexter (Lloyd, 2006), men Lloyd har i senare studier använt landskapsliknelsen för att bland annat förklara hur flyktingar navigerar i den nya miljö de har flytt till (se bland annat Lloyd, 2014; Lloyd, Kennan, Thompson & Qayyum, 2013). Lloyd (2010, s.29) understryker dessutom att informationskompetens förekommer i alla möjliga kontexter, vilket medför att de teoretiska resonemangen kring informationslandskap är tillämpbara för att förklara hur och varför information söks fram i olika miljöer, så även i hobbykontexter. I denna studie kan hobbyn hembryggning av öl ses som ett avgränsat informationslandskap, där hobbyspecifik information kan inhämtas från olika sorters källor eller resurser och utbytas mellan individer som på olika sätt interagerar i miljön.

2.3 Informationsutbyte, samarbete och social browsing

Sanna Talja och Preben Hansen (2006) undersöker en aspekt av informationsbeteende som kallas informationsutbyte (*information sharing*). De konstaterar att forskningen tidigare mest har fokuserat på den enskilda individen som söker information eller som konsulterar andra individer i ett envägsperspektiv och att det kollektiva informationssökandet hos en grupp individer som samarbetar systematiskt i informationssökningsprocessen inte har utforskats i lika hög utsträckning (Talja & Hansen, 2006, s.114, 117). Författarna definierar samverkande informationsbeteende (*collaborative information behavior*) som en aktivitet där två eller fler individer kommunicerar med varandra för att identifiera, söka, analysera samt använda information som kan lösa ett visst problem eller en uppgift. En viktig distinktion dras mellan begreppen informationsutbyte och samverkande informationssökning (*collaborative information seeking and retrieval*) där det förstnämnda handlar om att

utbyta information som individerna redan besitter och det sistnämnda berör det samarbete som en grupp företar för att tillsammans söka efter information, vilket kan innebära att gruppmedlemmarna delar upp uppgifterna i informationssökningsprocessen mellan sig för att tillsammans söka efter information (Talja & Hansen, 2006, s.114).

Talja och Hansen (2006) diskuterar samverkande informationsbeteende ur olika kontexter, däribland bibliotek och arbete. Intressant för denna uppsats är samverkande informationsbeteende i en vardaglig kontext där människor hjälper varandra att lösa vardagliga problem genom att utbyta information som kan vara till nytta. Ett exempel på en vardaglig kontext är fritidsaktiviteter och att människor kan utbyta information kring gemensamma intressen och problem kring dessa för att tillsammans lösa dem. Här lyfts även *serious leisure* och hobbyaktiviteter och författarna refererar till studier gjorda av Hartel (Talja & Hansen, 2006, s.121-122).

Slutligen diskuterar Talja och Hansen (2006) några begrepp som är relaterade till samverkande informationsbeteende och informationsutbyte. Ett begrepp som är intressant för denna uppsats är indirekt samarbete (*indirect collaboration*)då det behandlar en individs konsultation av mänskliga informationsresurser och som i sammanhanget fungerar som experter inom ett visst område. Konsultationen kan enligt Talja och Hansen (2006, s.122) ske online genom exempelvis forum, men även andra former av sociala medier är intressanta att undersöka. *Social browsing* är en form av indirekt samarbete och kan ske efter att en individ har publicerat en fråga på ett forum: då kan andra individer som inte är delaktiga i den första individens projekt ändå hjälpa till i informationssökningen eller dela med sig av sin egen kunskap. Vi anser att det också är intressant att undersöka om detta fungerar även i motsatt riktning, det vill säga då individen själv delar med sig av insamlad information för att hjälpa andra och deras projekt. Taljas och Hansens (2006) teorier och begrepp kring informationsutbyte är intressanta för denna studie då deras resonemang kan översättas till att individer som delar samma intresse och hobby men ägnar sig åt hobbyaktiviteterna på varsitt håll ändå kan inneha samma behov av information för att kunna vara inbegripna i hobbyn. Genom att utbyta information med varandra underlättas informationssökningsprocessen då individer delar med sig av den information de redan besitter.

3 Tidigare forskning

I detta kapitel redogörs för relevant tidigare informationsvetenskaplig forskning som utförts i olika hobbykontexter samt för studier från andra ämnesdiscipliner än biblioteks- och informationsvetenskap som behandlat hembryggare.

3.1 Informationsvetenskapliga studier om hobbyister

Nedan följer ett urval av informationsvetenskapliga studier om hobbyister. Studierna har alla gemensamt att deras respektive författare utgår från ett *serious leisure*-perspektiv och att hobbyisterna kan klassificeras som skapare och pysslare (Stebbins, 2009).

3.1.1 Amatörkockar

Jenna Hartel (2006, 2011) undersöker amatörkockars informationsanvändning, vilka informationsresurser de interagerar med samt vilka informationsaktiviteter de ägnar sig åt i relation till fritidsaktiviteten gourmetmatlagning. Hartel (2011, s.219) utgår från Stebbins teoretiska ramverk då hon argumenterar för att gourmetmatlagning bör kategoriseras som en typ av hobby inom *serious leisure*. Hobbyns *kärnaktivitet* utgörs av matlagning och gourmetmatlagning definieras genom att utövaren ofta innehar en djup och avancerad kunskap kring matlagningsprocesser och -tekniker samt ett genuint intresse för avancerad matlagning (Hartel, 2006; 2011, s.220). Något som är intressant för denna studie är att Hartel (2011, s.217, 228-229) framhåller att utövare av gourmetmatlagning har ett utpräglat informationsbeteende och att det är en hobby som kräver mycket och varierad information för att kunna utövas, vilket kan överföras till denna undersökning. Två viktiga begrepp som Hartel (2006) använder är *informationsresurser* och *informationsaktiviteter*. Hartel utgår från Hektors (2001) definition av informationsaktiviteter, vilket är åtta distinkta beteenden människor uppvisar i interaktion med information (Hektor, 2001, s.80). Hartel påstår att för hennes undersökning innebär dessa en dels mental och dels en fysisk process som utmynnar i att individen omvandlar information utifrån sin hobby och på olika sätt använder information för att utöva, dokumentera och lära sig hobbyn. Informationsresurser definieras av Hartel (2006) som meningsfulla källor som kommunicerar information kring hobbyn, exempelvis recept, kokböcker och konversationer om matlagning, vilket hädanefter används för att beskriva alla sorters källor.

När gourmetkockarna söker efter recept kan de konsultera flera olika sorters informationsresurser, både fysiska som exempelvis databaser online och genom sökmotorer (Hartel, 2011, s.236, 238, 240), och mentala i form av dagdrömmeri om vad de ska laga härnäst (Hartel, 2006). En intressant aspekt som Hartel (2011, s.237-238) lyfter fram är att gourmetkockarna använder sig av personliga samlingar bestående av kokböcker, magasin och enskilda recept som har insamlats och organiserats utifrån en personlig logik för att bilda ett personligt bibliotek av informationsresurser som konsulteras vid behov. Detta finner vi intressant att undersöka om detsamma gäller för hembryggare.

3.1.1.1 Matlagningsepisod

Genom att studera en *matlagningsepisod*, som består av ett praktiskt projekt rörande matlagning omfattande flera delmoment vilka slutligen leder till ett ätbart resultat, undersöker Hartel (2006) kärnaktiviteten inom hobbyn. Hartel (2006) konstaterar att en matlagningsepisod kan pågå under alltifrån några minuter till flera timmar och ibland kan planeringen till och med pågå under flera dagar. Utifrån en analys av en matlagningsepisod är det möjligt att identifiera informationsaktiviteter som amatörgourmetkockarna varit inbegripna i inom kärnaktiviteten samt de informationsresurser som används vid respektive delmoment. Hartel (2006) framhåller att en matlagningsepisod ofta följer en logisk ordning och hon har skapat en modell bestående av nio moment som ingår i en matlagningsepisod och som omfattar att

1. *utforska* (explore): momentet bottnar i hobbyistens intresse av att laga mat och består av att söka inspiration till en ny matlagningsepisod genom att bläddra i exempelvis kokböcker, webbsidor eller personliga receptsamlingar. Detta steg resulterar i en idé om vad hobbyisten vill skapa härnäst.
2. *planera* (planning): hobbyisten söker efter rätt recept, exempelvis i kokböcker, webbsidor eller personliga receptsamlingar. Flera recept kan konsulteras, jämföras och därefter eventuellt kombineras för att skapa ett fulländat recept.
3. *införskaffa* (provisioning): hobbyisten införskaffar de ingredienser och/eller redskap som behövs.
4. *förbereda* (prepping): hobbyisten förbereder ingredienserna genom att mäta, väga eller på annat sätt behandla dem inför matlagningen. Ofta börjar recepten att användas i detta steg.
5. *montera* (assembling): hobbyisten sätter ihop ingredienserna inför nästa steg i processen. Rätter som inte kräver upphettning för att tillagas, exempelvis en sallad, är färdiga i detta steg.
6. *tillaga* (cooking): hobbyisten tillagar ingredienserna genom upphettning på ett eller annat sätt för att skapa smaker och texturer.
7. *servera* (serving): hobbyisten lägger en sista hand vid rätten genom att garnera och sätter därefter fram rätten framför någon.
8. *äta* (eating): hobbyisten äter den tillagade rätten. Detta steg ligger till grund för utvärderingen.
9. *utvärdera* (evaluation): i detta moment bedömer och reflekterar hobbyisten över den rätt som nyss tillagats. Hobbyisten kan här efterfråga respons från andra som har tagit del av rätten. Vissa gourmetkockar kan i detta moment göra anteckningar i den personliga receptsamlingen för att dokumentera sina intryck och omdömen.

Hartel (2006) betonar att informationsaktiviteter och informationsresurser utgör hjälpmedel för hobbyisten under en matlagningsepisod och drar slutsatsen att amatörgourmetkockar ägnar sig åt två huvudinformationsaktiviteter: 1) användning och återanvändning av informationsresurser, oftast i form av recept; 2) utformning och hantering av personliga informationsresurser i form av dokumentation av matlagningsepisoden, exempelvis genom att skapa recept eller inköpslistor samt dokument vid planering och utvärdering. Slutligen konstaterar Hartel (2006) att recept är den mest använda informationsresursen eftersom den återfinns inom åtta av de nio momenten. Vi finner det intressant att dra paralleller till vår studie och den hobby vi

undersöker, både genom de informationsaktiviteter och de informationsresurser som lyfts av Hartel (2006) i förhållande till gourmetkockars hobby. Trots att gourmetmatlagning och hembryggning är olika hobbyer, om än inom samma domän i form av livsmedelsbehandling på en avancerad icke-kommersiell hobbynivå, kan vi se likheter i form av de informationsaktiviteter som hobbyisterna ägnar sig åt samt de informationsresurser som används inom respektive hobby. Detta är intressant att undersöka närmare för att se huruvida det finns en överlappning mellan hobbyerna. Vi vill även undersöka om Hartels (2006) modell kan appliceras på hembryggare och om den överensstämmer med deras informationsaktiviteter.

3.1.1.2 Informationskontexter

Hartel (2011, s.221) lyfter fram flera informationskontexter som inbegriper grupperingar av informationsaktiviteter som ofta utförs av gourmetkockar, varav två är relevanta för denna studie. Informationskontexten *att leva en gourmetlivsstil* innebär att gourmetkocken inte bara utför hobbyn utan dessutom "lever" hobbyn genom att ta inspiration från intryck, upplevelser och konversationer från det vardagliga livet och därefter försöka uttrycka inspirationen genom hobbyn. Inom denna informationskontext listar Hartel (2011, s.223) bland annat att *äta ute* för att få nya upplevelser och inspiration till sin egen hobby. Gourmetkocken kan också ha *vänner med liknande intresse* vilket innebär att gourmetkocken lär känna personer med samma intresse att dela både passionen för matlagning och informationsresurser tillsammans med och dessutom för att få andra perspektiv på och ärliga recensioner av slutprodukten (Hartel, 2011, s.225-226). I informationskontexten att *hålla sig uppdaterad och inspirerad* hävdar Hartel (2011, s.228) att gourmetkockarna ständigt håller sig à jour genom media och litteratur som berör hobbyn och att de på så sätt håller sina kunskaper uppdaterade samtidigt som de håller koll på de senaste trenderna inom hobbyn. Att hålla sig à jour kan minska i och med att hobbyisten utvecklar avancerade kunskaper och istället kan gourmetkocken fokusera på att hjälpa andra (Hartel, 2011, s.229, 244). Inom denna informationskontext grupperas bland annat informationsaktiviteterna att läsa kokböcker, läsa och prenumerera på tidskrifter, titta på matlagningsprogram på TV, surfa på internet samt att gå på matlagningskurser (Hartel, 2011, s.229-236). Dessa informationskontexter är intressanta att undersöka inom denna studie då de kan hjälpa till att identifiera informationsaktiviteter samt hur hembryggare söker efter och använder informationsresurser, både skriftliga dokument och informella källor i form av andra människor, inom ramen för hobbyn.

3.1.2 Fanfiktionskribenter

Heather Hill och Jen Pecoskie (2017) kartlägger i en explorativ studie vilka informationsrelaterade aktiviteter fanfiktionskribenter ägnar sig åt i sin hobby genom en innehållsanalys av fanfiktionrelaterade webbsidor, publiceringsplattformar på webben samt bloggar. Fanfiktion är kortfattat egenpublicerade texter av personer som är fans av exempelvis en bok, tv-serie eller film, vilket vanligen sker på olika webbsidor eller onlineplattformar (Hill & Pecoskie, 2017, s.843). Enligt författarna finns en rad informationsaktiviteter som fanfiktionskribenter ägnar sig åt, och den första informationsaktiviteten Hill och Pecoskie (2017, s.848) beskriver består av ett slags kollegial granskning (*peer review*). Dels yttrar sig granskning i form av läsarrespons där läsare i anslutning till publicerad text kan kommentera samt betygsätta skribenters alster

som är till hjälp för skribenter att förbättra eller revidera sina verk utifrån läsarnas förslag, dels i mer formell mening på vissa hemsidor där enbart fanfiktion som kvalitetskontrollerats och granskats av användare som anses vara tillförlitliga av fanfiktionskribentkollektivet i stort publiceras. Den andra informationsaktiviteten som i sammanhanget är intressant kallar Hill och Pecoskie (2017, s.848-849) för informationsbehov och -tillhandahållande (*information needs and provision*). Fanfiktion består av en enorm textmassa utspridd på en mängd olika webbplatser och plattformar, och som läsare kan det enligt Hill och Pecoskie (2017, s.848) vara svårt att hålla koll på eller komma ihåg var man hittat en text. Till hjälp finns webbsidor drivna av fanfiktionentusiaster som ägnar sig åt att hjälpa andra läsare att hitta borttappade texter utifrån vaga beskrivningar och jargong som används inom fanfiktion, och att bistå andra läsare att hitta texter är en informationsaktivitet som fodrar expertkunskaper om fanfiktion som en nybörjare inte besitter (Hill & Pecoskie, 2017, s.849). Det är inte helt orimligt att betrakta fanfiktionskrivande och ölbryggande på liknande sätt då båda hobbyerna kan ses som skapandeprocesser som resulterar i kulturprodukter. Läsarrespons kan ses som en närliggande aktivitet till provsmakande av öl och att genom provsmakning kunna få respons från andra bryggare eller konsumenter för att i längden kunna förbättra sin brygd. Specialsidorna som är utformade för att hjälpa andra inom fanfiktionhobbyn att hitta texter är lika de forum eller Facebookgrupper som existerar i hembryggarsfären där bryggare frågar andra bryggare om hjälp eller råd.

3.1.3 Historiskt återskapande

Jessica Robinson och Hillary Yerbury (2015) utforskar informationspraktiker hos australiensiska historiska återskapare. Historiskt återskapande är en hobby där utövarna är intresserade av att återskapa olika historiska skeenden genom att i klädsel, uppförande samt aktiviteter återskapa eller komma så nära det tidstypiska som möjligt (Robinson & Yerbury, 2015, s.593). Historiska återskapare förväntas att presentera en stil eller utseende, vilket sker genom att klä sig tidstypiskt, bära tidsenlig utrustning och accessoarer samt att bete sig på tidstroget sätt (Robinson & Yerbury, 2015, s.593). Autenticitet är ett nyckelbegrepp inom hobbyn såtillvida att återskapare inte bara förväntas lägga ner tid på att skapa egna kläder, utan också göra kläder som är så nära det tidstypiska både material- och teknikmässigt som möjligt vilket kräver intensivt sökande i en mängd olika informationsresurser (Robinson & Yerbury, 2015, s.593-594). Vidare är dokumentation av skapandeprocessen central för återskapare som förväntas kunna förklara samt försvara materialval och val av skapandetekniker inför andra återskapare, eftersom de också förväntas dela med sig av information, kunskap och färdigheter till andra historiska återskapare (Robinson & Yerbury, 2015). Utbytet av information och informationsresurser är ett centralt inslag i hobbyn då det är ett sätt att sprida information och kunskaper för att autenticitet skall uppnås, och i syfte att viga in nya återskapare i hobbyns praktiker fungerar erfarna återskapare ofta som mentorer för nya återskapare. Sammanfattningsvis är de informationspraktiker återskapare ägnar sig åt inte bara att göra efterforskningar för att skapa en look utan också dokumentation av processen som lett fram till slutprodukten samt att utbyta information, kunskap och tekniker med andra utövare, erfarna såväl som nybörjare. Återskapares informationsbeteende och informationsbeteendets nära koppling till autenticitet är intressant att jämföra med ölbryggare då SHBF utformat öltypsdefintioner som används som underlag för bedömning vid hembryggartävlingar (SHBF, 2015, s.1). Således finns det inom hobbyn en definition av vad som anses vara autentiskt öl, vilket gör det

relevant att undersöka skillnader och likheter mellan hobbyer som på pappret kan sägas sträva efter autenticitet.

3.1.4 Släktforskare

I en explorativ studie utforskar Crystal Fulton (2009, s.759) beteende kring informationsutbyte (*information sharing behavior*) hos amatörsläktforskare som söker efter sina irländska anfäder. Fulton (2009, s.754) betonar att släktforskare behöver navigera genom ett stort nät av informationsresurser rörande hobbyn för att kunna hitta det de söker och att de då söker, utvärderar och utbyter den information de möter: alltså kan amatörsläktforskning anses vara en hobby där utövarna interagerar med stora mängder information. Fulton (2009, s.754, 756, 758-759) belyser att informationsutbyte sker inom en social grupp och framhåller att släktforskare generellt ses som en egen informationsgemenskap (*information community*) där de nätverkar och utbyter information med varandra, både rörande den individuella släktforskningen och kring släktforskning och informationssökning i allmänhet. Internet lyfts fram som en betydande källa för att snabbt hitta informationsresurser och fungerar samtidigt som en källa för kommunikation hobbyisterna emellan. Det är också på internet som informationsutbytet oftast sker. Släktforskarna som deltar i studien är med i en privat diskussionsgrupp online där de kan få hjälp med problem som har uppstått vid informationssökningen och Fulton (2009, s.759, 762-763) framhåller att de är mycket hjälpsamma och gärna delar med sig av både informationsresurser och råd och tips vad gäller informationssökning. Respondenterna framhåller att utbytet av information innebär att man hjälper varandra och att det är en typ av deltagande i den sociala gruppen. Då studiens respondenter utbyter information med varandra värderas informationsresurser som styrks av officiella källor högre än anekdotiska berättelser om familjehistorier, då de förstnämnda anses ge betydligt mer tillförlitlig information. Även de släktforskare som utbyter denna typ av informationsresurser ses som mer tillförlitliga och förtroendeingivande än de som delar med sig av anekdotisk information (Fulton, 2009, s.763).

Studien visar att informationsutbyte är viktigt för amatörsläktforskarna, dels för den individuella lärprocessen för att hitta, förstå och värdera informationsresurser, dels på grund av att informationsutbytet gör att individerna skapar starka relationer till de andra släktforskarna i gruppen och dels för att den sociala gruppen stärks av att medlemmarna delar med sig av information (Fulton, 2009, s.760-761). Detta är relevant att jämföra med hembryggares informationsbeteende för att undersöka huruvida hembryggare förhåller sig till den sociala gruppen kring hembryggning av öl. Det är även intressant att se om också hembryggare har en stark kultur kring informationsutbyte som är så viktig för amatörsläktforskare, hur de värderar informationsresurser de får genom informationsutbyte och om internet spelar en lika viktig roll för hembryggare som det gör för släktforskare.

3.1.5 Stickningsintresserade

Elena Prigoda och Pamela McKenzie (2007) undersöker bland annat vilka informationbeteenden som återfinns i en grupp med stickningsintresserade som träffas regelbundet på ett kanadensiskt folkbibliotek. Studiens resultat visar att informationsbeteenden som deltagare i gruppen ägnar sig åt handlar om att fylla egna

informationsluckor genom att fråga andra om hjälp och råd rörande stickning samt utbyte av information och resurser om stickning med andra gruppdeltagare, såsom stickningsmönster eller tips på tekniker (Prigoda & McKenzie, 2007, s.100). Enligt Prigoda och McKenzie (2007, s.100) agerar erfarna deltagare ofta som experter och hjälper nybörjare eller mindre erfarna med hjälp, tips och råd, både när andra deltagare frågar om hjälp men också när deltagare inte explicit frågar om hjälp, och att fråga om hjälp eller att utbyta information ses enligt deltagarna i studien som något självklart. Det är intressant att jämföra om informationsutbyte ses som något självklart i hembryggarhobbyn och om information utbyts på samma förutsättningslösa sätt som i stickningsgruppen.

3.2 Hembryggare

Eric D. Olson, Kevin S. Murphy och Heejung Ro (2014) undersöker varför människor i nordvästra USA brygger öl hemma. Olson et al. (2014) identifierade att de viktigaste faktorerna för att bli en hembryggare var att hobbyn upplevs som rolig, samt att ölbryggning är spännande och tillfredsställande. Möjligheten att få lära sig något nytt framhölls också som avgörande skäl att brygga. Dessutom visar undersökningen att hembryggare är en social grupp då en stor andel av respondenterna deltar i olika aktiviteter och evenemang som relaterar till hobbyn, exempelvis tävlingar, festivaler och utbildningstillfällen, vilket leder Olson et al. (2014, s.239) till slutsatsen att hembryggare är måna om att hålla sina kunskaper kring hobbyn uppdaterade. Olsen et al. (2014, s.239) drar slutsatsen att aktiviteten hembryggning kan ses som en plattform som leder hobbyisten vidare i en bredare kontext till aktiviteter som berör hembryggning.

Douglas Murray och Martin O'Neill (2015) undersöker skäl till att engagera sig i ölbryggarhobbyn hos amerikanska och kanadensiska hembryggare. Deltagarna i studien uppger att anledningarna att engagera sig i hobbyn är självförverkligande, strävan efter att få skapa något kvalitativt samt att få utlopp för sin kreativitet (Murray & O'Neill, 2015, s.294). Vidare framhäver Murray och O'Neill (2015, s.285) att hembryggning kan locka människor med både sociala samt icke-sociala anledningar till att engagera sig. De sociala delarna i ölbryggning kan vara medlemskap i föreningar, medverkan i tävlingar, ölprovning i grupp samt undervisning av nya hobbybryggare, och på andra sidan av skalan kan ölbryggning vara ett sätt för individen att få umgås med sig själv i strävan efter skapande av den perfekta ölen (Murray & O'Neill, 2015, s.285).

Abel Duarte Alonso, Nevil Alexander och Seamus O'Brien (2018a; 2018b) har i två studier baserade på samma enkät undersökt australiensiska hembryggare. Duarte Alonso et al. (2018a) utforskar australienska hembryggares skäl att engagera sig samt upplevda fördelar med hembryggning av öl. Bryggarna uppger ett flertal motiv till att engagera sig i hobbyn, men de huvudsakliga skälen är intresset för själva hantverket samt viljan att brygga högkvalitativt öl. Vidare uppges även sociala anledningar till att börja med aktiviteten i form av andra bryggare som lett in bryggarna i hobbyn. En majoritet av bryggarna uppger också att möjligheten till självförverkligande och att hobbyn i sig är givande är de största fördelarna med ölbryggning, vilket samstämmer med resultaten i Murray och O'Neills (2015) studie. Abel Duarte Alonso, Nevil Alexander och Seamus O'Brien (2018b) fokuserar på hembryggares upplevda fördelar och nackdelar med nätverkande och samarbete. Kamratskapet som nätverkandet medför samt möjligheten

att utbyta recept och att få hjälp eller erfarenheter från andra bryggare som kan öka kvaliteten på den egna brygden utan att behöva begå egna misstag upplevs som de huvudsakliga fördelarna med nätverkande. Vidare upplevs samarbete i form av att brygga tillsammans som fördelaktig. Två eller fler bryggare ger inte bara möjligheten att samverka och med gemensamma kunskaper brygga bättre öl än vad en ensam bryggare kan skapa utan resulterar också i logistiska fördelar som att dela på eller införskaffa gemensam utrustning och ingredienser. Hembryggarna understryker också att fördelarna med samarbete och nätverkande överlag väger upp nackdelarna, men att tidsbrist samt geografiskt avstånd eller isolering från andra bryggare är hinder som motverkar framförallt samarbete.

4 Metod

I detta kapitel ges en redogörelse för metodval, insamlingsmetod, analysmetod, urval av studiens respondenter samt forskningsetiska överväganden. Vidare redovisas vårt tillvägagångssätt vid intervjuer och analys av empiri.

4.1 Metodval

I denna studie har vi valt att använda oss av en kvalitativ forskningsmetodik. Eftersom en kvantitativ ansats snarare handlar om att skapa hypoteser utifrån teorier för att därefter pröva hypoteserna (Bryman, 2011, s.151) är en kvalitativ ansats mer ändamålsenlig för denna undersökning då vi i enlighet med vårt syfte vill nå kunskap om hur och varför hembryggare söker och använder information i relation till sin hobby. Med en kvalitativ ansats kan vi nå en djupare förståelse för respondenternas sociala verklighet och hur de uppfattar den (Bryman, 2011, s.362). Därför anser vi att en kvalitativ metod är i linje med vår forskningsansats att undersöka och analysera enskilda individers förhållningssätt till information inom ölbryggning. Vi är medvetna om att resultaten från en kvalitativ undersökning såsom vår egen är svåra att replikera och dra generaliserade slutsatser ifrån eftersom urvalet inte nödvändigtvis är representativt för hela populationen av hembryggare av öl: det är dock inte heller vår avsikt med studien.

4.2 Urval

Urval vid studier av specialgrupper, det som Carol L. Perryman och Barbara M. Wildemuth (2017, s.145-146) definierar som grupper vars informationsbeteenden inte tidigare studerats, kräver först att forskaren identifierar samt definierar en avgränsad målgrupp. Perryman och Wildemuth (2017, s.146) rekommenderar att läsa på om vad som finns att veta om användargruppen samt att också noga överväga vad eller vilka som inkluderas och exkluderas i urvalet. Utöver egen förförståelse om användargruppen kunde vi genom litteratursökningen återfinna ett antal studier som utförts om hembryggare av öl, vilket varit till hjälp både för att förstå användargruppen samt vid skapandet av en passande urvalsram. Vidare understryker Perryman och Wildemuth (2017, s.147) att det är viktigt att skapa en definition av vad eller vilka kriterier som urvalet utgår ifrån på förhand innan studiens deltagare rekryteras, vilket vi har gjort. Målgruppen och urvalsramen i denna studie utgick från vår tolkning av Stebbins (2009) *serious leisure*-begrepp och hur hembryggare på en avancerad hobbynivå verkar. Respondenterna värvades utifrån kriterierna att de har bryggt öl i minst några år, att de har avancerade kunskaper inom hobbyn, att de brygger regelbundet samt att de verkar inom just en hobbykontext och inte brygger i ett kommersiellt syfte.

Vid urvalet av respondenterna användes ett målinriktat urval då vi ville att respondenterna skulle verka inom den avancerade hobbykontext som studien avser att undersöka. Genom att använda ett målstyrt urval säkerställde vi att studiens respondenter var relevanta för studiens syfte och forskningsfrågor, liksom för att skapa en jämförbar nivå hos respondenterna. Dock medför ett målinriktat urval att urvalet görs på en icke-slumpmässig grund och att urvalet inte med nödvändighet kan påstås vara representativt för populationen (Bryman, 2011, s.179, 392), vilket är en begränsning med studien och som vi är medvetna om. Ett visst mått av bekvämlighetsurval har också styrt urvalet då vi har valt respondenter som bor och verkar inom ett för oss rimligt

geografiskt avstånd, vilket också är en begränsning med studien. Respondenterna beskrivs mer i detalj i avsnitt 5.1. För en mer detaljerad beskrivning av hur respondenterna rekryterades, se avsnitt 4.3.

4.3 Insamlingsmetod: semistrukturerade intervjuer

Som insamlingsmetod valde vi att använda semistrukturerade intervjuer, som ofta används för att studera informationsbeteenden då metoden är passande för att få fram individers perspektiv och åsikter (Luo & Wildemuth, 2017, s.249, 256). Vi har använt oss av en intervjuguide (se Bilaga 1) för att vara säkra på att intervjun täcker alla de teman och frågor vi vill behandla i intervjun. Detta är också anledningen till att vi valde semistrukturerade snarare än ostrukturerade intervjuer då vi har ett tydligt fokus angående det vi vill studera och vi har identifierat flera teman som vi vill täcka med intervjuerna: hade vi haft ett mer generellt intresse av att undersöka ett visst område hade vi istället kunnat använda oss av ostrukturerade intervjuer. Dessutom ville vi säkerställa att vi tog upp samma teman och frågor i intervjuerna för att de skulle bli jämförbara, vilket är lättare att uppnå genom att använda en intervjuguide och semistrukturerade intervjuer (Bryman, 2011, s.415-416). Vidare ger semistrukturerade intervjuer också möjligheten att avvika från intervjuguiden genom att ändra om i ordningen som frågorna ställs, alternativt möjligheten att ställa följdfrågor vilket ger intervjuaren viss frihet att anpassa intervjusituationen till olika individer (Luo & Wildemuth, 2017, s.249). Vi valde också att utföra intervjuerna ansikte mot ansikte då detta bättre än telefonintervjuer eller videointervjuer fångar kroppsspråk och minspel samt enligt Alan Bryman (2011, s.420, 433) minimerar risken för tekniska svårigheter vid inspelning.

Vid utformningen av intervjuguiden har vi följt Kvale och Brinkmanns (2014, s.170-179) rekommendationer. Intervjuguiden inleddes med en orientering (Kvale & Brinkmann, 2014, s.170) där deltagarna informerades om studiens övergripande syften. Vidare delade vi upp de olika forskningsfrågorna i tematiska block vilket Kvale och Brinkmann (2014, s.172-173) föreslår är lämpligt inte bara för att strukturera upp intervjun utan också för att underlätta följande analysarbete. Vi anammade också Kvale och Brinkmanns (2014, s.173) råd om att använda korta, lättförståeliga frågor och tid ägnades åt att slipa bort teknisk jargong. Vidare har vi också inspirerats av intervjuguiden som Hartel (2006) använt för att undersöka amatörkockars informationsaktiviteter. Även modellen över ölbryggningsprocessen som används under intervjuerna är inspirerad av Hartels arbete (2006, se 3.1.1.1 och Bilaga 2). Dock har vi anpassat modellen så att den ska passa för vår studie, vilket dels omfattar en översättning av processens steg från engelska till svenska, dels egna illustrationer och dels att vi har lagt till de nio steg som generellt ingår i ölbryggning (Nordlöv, u.å) för att kunna behandla informationsresurser som tillhör respektive steg i processen. Modellens moment anpassades för denna undersökning genom att momentet *montera* togs bort, momentet *äta* skrevs om till *dricka* och momentet *tillaga* skrevs om till *genomföra*. Vi la också till "inspiration" till momentet *utforska* för att förtydliga momentet för respondenterna. Modellen visades upp för deltagarna och de ombads resonera kring bryggprocessen utifrån modellen om de så ville. På så sätt fungerade modellen som ett hjälpmedel både för oss och för respondenterna, dels som en konkretisering av hembryggningsprocessen samt de moment och informationsaktiviteter som ingår i den

istället för att prata om hembryggningsprocessen på ett abstrakt plan, och dels för att möjliggöra en jämförelse av respondenternas utsagor kring bryggprocessen.

Studiens respondenter har rekryterats på tre sätt: initialt kontaktade vi vänner och bekanta som vi misstänkte kände personer som brygger öl hemma, därefter har vi frågat dessa om de känner personer som kan utgöra potentiella respondenter (jmf. Bryman, 2011, s.196). På detta sätt rekryterades två av studiens deltagare. Vidare rekryterades tre av studiens deltagare på ett liknande sätt som ovan, med skillnaden att för oss bekanta personer valde att kontakta oss och berättade att de kunde förmedla kontakt med för studien relevanta deltagare. Slutligen valde vi också efter rekommendation från en av studiens deltagare att annonsera efter respondenter i två olika Facebookgrupper som samlar hembryggare från hela Sverige. En av författarna gick med i båda grupperna och skickade ut en kortfattad efterlysning efter deltagare i Borås- och Göteborgsområdet som hade bryggt i minst ett par år och som kunde tänkas vara intresserade att delta i en studie för en kandidatuppsats. Vidare uppmanades intresserade att höra av sig till författaren via direktmeddelande, detta för att säkerställa eventuella deltagares anonymitet. Ett flertal personer hörde av sig, och efter initial kontakt skickades missivbrevet (se Bilaga 3) ut till presumtiva respondenter, vilket hjälpte oss att göra ett urval bland de vi skickade ut missivbrevet till. Exempelvis kunde vi fånga upp icke-relevanta respondenter då några individer som brygger kommersiellt respektive bara har bryggt under en kortare tid hörde av sig och var intresserade av att vara med i studien men eftersom dessa kategorier inte är relevanta för oss att undersöka kunde vi vänligt avböja och tacka för visat intresse. En deltagare i studien rekryterades via Facebookefterlysningarna. Vi övervägde också att vända oss till intresseföreningar som SHBF, men detta föll bort på grund att vi tidigt fått kontakt med ett flertal deltagare samt av tidsskäl.

Under intervjuerna hade en av författarna huvudansvaret för intervjun vilket innebar att hon förde intervjun med och ställde frågorna utifrån intervjuguiden till respondenten. Intervjuerna fördelades så jämnt det var möjligt mellan författarna vilket innebar att en av författarna höll i två intervjuer och den andra höll i tre intervjuer. Båda författarna närvarade under alla intervjuer då vi utifrån tidigare erfarenheter har upplevt att det har varit lättare att vara med båda två, då den som inte har huvudansvaret för intervjun kan fånga upp frågor från intervjuguiden som kan ha missats samt ställa uppföljande frågor. Intervjuerna spelades in dels med diktafon för att säkerställa optimal ljudkvalitet för att underlätta transkriberingen och dels med mobiltelefon som back-up. Två intervjuer genomfördes på högskolan och tre intervjuer genomfördes i hemmiljö hos respondenterna. Intervjuerna pågick mellan 35 och 103 minuter.

Alla intervjuer förutom en genomfördes i enrum med en respondent. En av intervjuerna genomfördes i grupp då två respondenter efterfrågade att få intervjuas tillsammans. Dessa två respondenter blev sedan till tre deltagare och intervjun kunde liknas vid en fokusgrupp där de tre deltagarna samspelade kring frågorna som ställdes (Bryman, 2011, s.446-447) om hembryggning. Den tredje deltagaren i fokusgruppsamtalet behandlas inte som en respondent i studien eftersom denne faller utanför urvalsramen på grund av att hon inte brygger med samma frekvens som studiens övriga deltagare. Dock är den tredje deltagaren i fokusgruppsintervjun oerhört kunnig om öl och bryggning, vilket drev samtalet framåt och styrde i enstaka fall upp diskussionen när

den svävade iväg. Vi kunde se att fokusgruppsintervjun genererade ett dynamiskt samtal mellan respondenterna där de exempelvis höll med varandra och fyllde i varandras meningar. Därför finns samtidigt en risk i att gruppdynamiken kan ha påverkat respondenterna i deras svar, till skillnad från de individuella intervjuerna då fokus låg på enbart den enskildes åsikter och resonemang.

Vi valde att transkribera de intervjuer som vi själva hade haft huvudansvaret för, förutom vid fokusgruppsintervjun som hölls av den ena författaren och transkriberades till största delen av den andra författaren för att dela på arbetet. Även om inspelningsutrustningen gav högkvalitativa inspelningar av de individuella intervjuerna var det ibland svårt att höra vad de enskilda respondenterna i fokusgruppsintervjun sa då alla inte satt lika nära mikrofonen, vilket anses som problematiskt av Bryman (2011, s.450).

4.4 Analysmetod: kvalitativ innehållsanalys

Vald analysmetod är en kvalitativ innehållsanalys av de transkriberade intervjuerna. Vi har valt ett huvudsakligen deduktivt förfarande och letat efter teman utifrån studiens forskningsfrågor och de teoretiska begrepp som redovisats i kapitel 2. Vidare framhåller Yan Zhang och Barbara M. Wildemuth (2017, s.321) att ett deduktivt analysförfarande är lämpligt att använda för studier som avser att beskriva ett fenomen snarare än att utveckla teori, och vi har funnit både Lloyd (2006, 2010), Hartel (2006, 2011) samt Talja och Hansen (2006) användbara för att förklara hobbyisters informationsbeteende. Dock såg vi också begränsningar med ett enbart deduktivt angreppsätt och framför allt risker med bekräftelsefel, alltså att vi som forskare enbart är uppmärksamma på teman eller företeelser som bekräftar vår egen teori eller föreställning (Brinkmann, 2013, s.56), varför vi också valde att använda oss av induktiva inslag vid analysen och vid kodningen lade vi till enstaka koder som inte kunde förklaras av teoretiska begrepp eller tidigare forskning såsom hur sociala medier skulle klassificeras som informationsresurs, samt kod för informationsresursen verktyg. Empirin analyserades genom att intervjuerna transkriberades i sin helhet för att inte missa några detaljer vilket enligt Kvale och Brinkmann (2014, s.241) är den vanligaste formen av dataanalys vid intervjuer. Slutligen har vi också vidtagit åtgärder som Zhang och Wildemuth (2017, s.321) framhåller är viktiga i utformandet av kodningsschemat, såsom att undvika synonymer samt överlappande koder.

Efter att intervjuerna transkriberats till fullo utformades kodningsschemat utifrån forskningsfrågorna, tidigare forskning samt teoretiska begrepp. Vi skapade tre breda kategorier: informationsresurser, informationsaktiviteter samt informationsutbyte. Vi lade också till underkategorier såsom fysisk informationsresurs, skriftlig informationsresurs, social informationsresurs och autenticitet. Vi läste igenom de transkriberade intervjuerna och kodade genom att skriva anteckningar och notiser i utskrifterna vilket Bryman (2011, s.525) förespråkar. Samtliga intervjuer kodades till fullo och båda författarna kodade samtliga intervjuer var för sig, detta för säkerställa att vi inte missat något (Zhang och Wildemuth, 2017, s.322). På inrådan av Bryman (2011, s.529) fördes notiserna, anteckningarna och respondenternas utsagor över till ett gemensamt dokument under respektive kategori. Detta gjordes för att tydliggöra teman samt likheter och skillnader i respondenternas svar samtidigt som vi diskuterade resultatet. Trots våra tydligt utformade definitioner av koderna märkte vi att de ibland

gled in i varandra såtillvida att exempelvis en social informationsresurs som en hembryggarförening också kunde kodas som en informationskontext där informationsaktiviteter som delande kan ske. I resultatdelen valde vi därför att inleda med en beskrivning av informationsresurserna för att senare hänvisa vidare till informationsaktiviteterna. Vidare vållade kodningen av sociala medier visst huvudbry då sociala medier kan ses både som en skriftlig informationsresurs samt som en social informationsresurs. Till slut valde vi att koda sociala medier som en social informationsresurs, men detta resulterade i valet att dela upp sociala informationsresurser i två kategorier: dels *sociala informationsresurser ansikte-mot-ansikte*, dels *virtuella sociala informationsresurser*. Vi hävdar att det är två olika sociala kontexter då individer interagerar med varandra på olika sätt beroende på om de möts ansikte-mot-ansikte eller virtuellt och att information kan användas och utbytas på olika sätt i dessa sociala kontexter.

4.5 Forskningsetiska överväganden

Inför studien gjordes i enlighet med Vetenskapsrådets (2002, s.5) forskningsetiska riktlinjer en avvägning av vilka personuppgifter som behövde användas från respondenterna i studien. Avvägningen skedde dels utifrån att resultatet skulle kunna presenteras på ett så transparent sätt som möjligt och dels för att forskningsfrågorna skulle kunna besvaras. Detta vägdes mot de risker som medföljer användandet av personuppgifter, exempelvis att respondenternas identitet kan vara möjlig att avslöjas utifrån de personuppgifter som används, vilket vi har varit måna om att undvika.

Vi skapade ett missivbrev (se Bilaga 2) som skickades ut till potentiella respondenter för att informera om studien. Vid utformningen av missivbrevet utgick vi ifrån Jan Trosts och Oscar Hultåkers (2016, s.110-115) beskrivning av vad som bör beaktas när ett missivbrev utformas. I missivbrevet informerades deltagarna i enlighet med *informationskravet* (Vetenskapsrådet, 2002, s.7) om studiens övergripande syfte, att intervjuerna planerades att spelas in och att respondenterna behövde godkänna detta. Respondenterna informerades vidare om att deras medverkan var frivillig och att de hade möjlighet att avbryta sitt deltagande när som helst under studiens gång utifrån *samtyckeskravet* (Vetenskapsrådet, 2002, s.9-10). Respondenten försäkrades i missivbrevet att den insamlade datan ska förvaras på ett sådant sätt så att obehöriga inte kommer åt den, vilket är i enlighet med *konfidentialitetskravet* (Vetenskapsrådet, 2002, s.12-13). Ovanstående framfördes även muntligt innan intervjuerna startade (se Bilaga 1). Innan intervjuerna inleddes framfördes muntligt att respondenternas identitet kommer att behandlas med största möjliga konfidentialitet och att vi avsåg att byta namn på dem för att respondenterna inte skulle vara möjliga att identifiera (se Bilaga 1). Då intervjuerna inleddes framfördes att de data som samlas in via intervjuerna inte kommer att användas för något annat ändamål än för syftet med denna studie, i enlighet med *nyttjandekravet* (Vetenskapsrådet, 2002, s.14). Vilka personuppgifter som avsågs att insamlas framgår genom den samtyckesblankett som Högskolan i Borås tillhandahåller för att samla in och behandla personuppgifter enligt GDPR (se Bilaga 4).

5 Resultat och analys

Kapitlet inleds med en presentation av studiens deltagare, dels för att ge en kontext och bakgrund till de utsagor och informationsbeteenden som senare redovisas i resten av kapitlet och dels för att deras förutsättningar och vägar in i hobbyn är relevanta för vår analys. Vidare följer en redogörelse av studiens resultat och vår analys. Vi har delat in resultatet i tre breda kategorier med underkategorier utifrån forskningsfrågorna och de teoretiska begrepp som presenteras i kapitel 2.

5.1 Presentation av studiens deltagare

Pontus är 37 år gammal och har bryggt sedan 2014. Hembryggandet startade då han såg ölbryggande som en perfekt kombination av ölintresse och att skaffa sig en konkret hobby. Pontus började med att köpa ett hembryggarkit och sedan "eskalerade det". Pontus brygger själv, gillar att brygga olika alesorter och brygger i snitt någon gång i månaden.

Joakim är 39 år gammal och hans väg in i hobbyn startade långt innan själva bryggandet började. Som ung läste Joakim en bok om självhushållning och fick då upp ögonen för möjligheten att göra eget öl. Han läste på en del innan han kom igång med själva bryggandet, främst på SHBF:s wiki och började sedan brygga seriöst 2008. Joakim brygger själv och ungefär var sjätte vecka eller när andan faller på samt gillar främst att brygga porter och stout men har en dröm om att brygga egen lättöl och folköl. Joakim tycker om att brygga för hantverkets skull och känslan av att ha skapat något själv.

Stefan är 46 år gammal och inkörsporten in i bryggandet skedde via en bryggande bekant och dennes lyckade öl. Stefan hade tidigare gjort cider själv och tänkte att steget till öl inte borde vara så långt. Stefan brygger själv och har bryggt sen 2015. Han brygger ungefär någon gång i månaden, men gör gärna flera batcher vid en bryggning och gillar att brygga tyska ölstilar, helst kölsch och altbier. Stefan gillar att brygga då han är kulturhistoriskt intresserad och dessutom förtjust i hantverksaspekten av att brygga öl då det är utmanande och kan varieras. Stefan är dessutom med i en hembryggargrupp där ett gäng före detta kollegor träffas och provar varandras hembryggda öl några gånger per år.

Bertil är 69 år gammal och har bryggt sedan cirka 2012 då han kom i kontakt med en bekant som bjöd på en god hembryggd *American Pale Ale* (APA). Han blev inspirerad och tänkte "det här måste jag ju göra!". Bertil gillar att brygga bland annat APA och pilsner och brygger ungefär en gång i månaden, men gärna oftare om det är till något speciellt tillfälle. Bertil är medlem i en lokal hembryggarförening som ses och provar varandras öl. De ordnar också ölprovningar för utomstående och delar med sig av sina alster. Bertils intresse för bryggning bottnar i att han tycker att den kreativa processen som det innebär att skapa eget öl är tillfredsställande samtidigt som hantverket är oerhört roligt. Han brygger oftast själv, men ibland tillsammans med en bryggarvän.

Kjell är 61 år gammal och via ölbryggande bekanta blev han intresserad av ölbryggning. Kjell genomförde en hembryggarkurs anordnad av SHBF och har efter det bryggt öl sedan 2007. Han brygger både själv och tillsammans med andra i snitt en gång i månaden samt gillar främst att brygga pale ale, porter och veteöl. Kjell och Anders är

båda med i en mindre hembryggarförening som träffas flera gånger per år där medlemmarna samlas och provar varandras öl samt vid enstaka tillfällen brygger tillsammans. Kjell uppskattar hantverket och att göra det öl han själv tycker om.

Anders är 59 år gammal och blev introducerad till bryggarhobbyn i mitten av 00-talet av en vän som han är upplärd av och de brygger fortfarande en del ihop. Han brygger någon gång i månaden och alltid med någon annan i sitt bryggarkollektiv då Anders framhåller att bryggning är en social aktivitet. Han gillar att brygga framför allt olika typer av överjäst öl. Anders brygger för att det är kul och likt sin vän Kjell för att få skapa ett helt eget öl utifrån egna preferenser.

Så långt kan vi konstatera att bryggarna brygger av samma skäl som Olson et al. (2014), Murray och O'Neill (2015) samt Duarte Alonso et al. (2018a, 2018b) anger: bryggningen anses vara ett trevligt sätt att få syssla med ett hantverk och bryggarna brygger både av sociala skäl samt av ensamskäl. Vilken roll detta spelar för respondenternas användning av informationsresurser utvecklar vi nedan.

5.2 Informationsresurser

Respondenterna i studien visar tydliga tecken på att hembryggarhobbyn är ett distinkt informationslandskap (Lloyd, 2006) eller informationskontext (Hartel, 2006, 2011) där hobbyrelevant information hämtas från olika sorters resurser och används för att lära sig om samt utöva hobbyn. Vi har valt att beskriva de informationsresurser hembryggare använder genom att kategorisera resurserna utifrån Lloyds tre breda kategorier av informationsresurser beskrivna i kapitel 2.2.

5.2.1 Skriftliga informationsresurser

Enligt Lloyd (2006) används skriftliga informationsresurser ofta i början av en karriär när individer lär sig om sysslan som de skall engagera sig i och används senare i karriären mest vid behov, vilket vi kan se i våra respondenters utsagor. De skriftliga informationsresurser som används av hembryggarna i vår studie beskrivs nedan.

5.2.1.1 Fysiska böcker

Det finns få verk på svenska om hembryggning, men de som finns nämns av samtliga deltagare. Dock förhåller de sig till böcker på olika sätt. Bertil läser inte hembryggarlitteratur men är medveten om dess existens. Han känner att han får sina informationsbehov tillgodosedda via andra källor. Anders nämner specifikt en bok med recept som en viktig inspirationskälla, "Klona svenska öl" av Peter M. Eronsson, för ett nyligen bryggt öl. Kjell nämner "*Designing great beers*" som ett referensverk som han gärna återkommer till för inspiration och tips. Pontus, Joakim och Stefan berättar att de har lärt sig grunderna i ölbryggarkonsten från bland annat fysiska böcker, men att de numera mer konsulteras vid behov: Stefan tycker att det ibland kan vara smidigare att slå i en bok än att googla, för att googling kan ta värdefull tid om han vill hitta någon information snabbt.

5.2.1.2 Internetresurser

SHBF:s SM-vinnarreceptdatabas, där samtliga recept som vunnit medaljer på SM i hembryggning publiceras, och SHBF:s Bryggarwiki, en kunskapsbank i wikiformat som SHBF driver, används som resurser för bryggning av samtliga respondenter om än i olika grad. Pontus vet att vinnardatabasen finns men har bara använt den någon enstaka gång. Joakim berättar att Bryggarwiki var viktig när han lärde sig att brygga då mycket kunskap finns där, och att han ofta tittar i SM-vinnardatabasen för att inspireras när han utformar egna recept. Stefan och Kjell framhåller också SM-vinnardatabasen som en viktig informationsresurs vid utformandet av recept eftersom de understryker att databasen är tillförlitlig. Bertil och Kjell tittar på stildefinitionerna i wikin för att få inspiration om hur ett visst öl enligt definitionen ska vara och därför förstå vad de har att utgå ifrån när de senare skapar sina recept.

Olika tabeller för bland annat vattenbehandling och ersättningstabeller för ingredienser som återfinns på bryggeributikers hemsidor samt på Bryggarwiki framhålls också av Pontus, Joakim och Stefan. Joakim framhäver ersättningstabeller för malt som en användbar informationsresurs för att kunna ersätta malt som figurerar i amerikanska recept med något som han kan få tag på i Sverige. Därefter jämför han malten i ersättningstabellerna och funderar ut hur han ska kunna få fram rätt smakprofil genom maltsubstituten och genom att kombinera olika maltsorter. Stefan framhåller att vattenbehandlingstabeller är oumbärliga i hans bryggning och att tabellerna är något han konsulterar vid varje bryggning, vilket kan förklaras av den geografiska plats Stefan bor på där vattnet har en extra speciell profil som gör att vattenbehandling är nödvändig. Pontus och Anders handlar på nätet vilket framhålls som ett smidigt sätt att beställa det de vill ha och att de också kan planera bättre eftersom de kan se lagerstatus direkt: finns inte en råvara de har tänkt att använda kan råvaran enkelt ersättas. Vidare framhåller både Stefan och Bertil bryggeributiker online som en värdefull informationsresurs för att läsa på om exempelvis olika malt- och humlesorter.

5.2.2 Verktyg för receptskapande

Många respondenter framhåller att de använder sig av sökmotorer som Google för att lokalisera skriftliga informationsresurser, framför allt recept. Vi har valt att kategorisera sökmotorer som ett verktyg då exempelvis Google fungerar som en katalysator för att lokalisera recept och andra skriftliga informationsresurser, snarare än att själv utgöra en sådan.

I intervjuerna framhåller samtliga respondenter receptmakarprogramvara som en viktig informationsresurs. Denna har vi valt att kategorisera separat från skriftliga informationsresurser eftersom att vi anser att receptprogramvaran är mer att betrakta som ett verktyg snarare än en skriftlig informationsresurs. Verktyg i form av olika programvaror såsom *BeerSmith*, *Brewer's friend* och *Brewfather* används för att hjälpa bryggare att skapa recept och simulera fram ett önskat slutresultat. I programmen kan bryggaren bland annat lägga in maltsorter, jästtyp, önskad alkoholhalt, beska, vattenbehandling, färg samt batchstorlek, varpå programvaran räknar ut ett uppskattat resultat av de värden som matats in som bryggaren sedan kan använda. Programmen finns både som applikationer till smartphone eller till dator och används av samtliga

bryggare. Dessa framhålls som ett smidigt och näst intill oumbärligt verktyg för framställandet av egna recept. Pontus betonar att programmet:

> förenklar väldigt mycket, man kan sitta och räkna i huvudet också och klura men i programmet så får man ju ut… estimerad mängd för jäsbart socker som man får ut under mäskningen och så vidare, och även en bitterhet, hur man lägger i humlen, beroende på humletyp och så vidare. Så då får man ut en målbild kan man säga, på ölen.

Den förhållandevis lilla mängden publicerade bryggarböcker i relation till jämförbara aktiviteter som bakning och matlagning leder till att många skriftliga informationsresurser enbart finns online, eftersom det är lättare för amatörer att självpublicera online likt fanfiktionskribenterna i Hill och Pecoskies (2017) studie. Däremot lyfter samtliga respondenter fram onlinebaserade informationsresurser såsom SHBF:s Bryggarwiki och SM-vinnardatabas som särskilt värdefulla och framförallt trovärdiga. Varför respondenterna framhåller SM-vinnardatabasen som extra trovärdig går de inte in på i detalj, men vi menar att paralleller kan dras till den ena sorten av granskning som Hill och Pecoskie (2017) lyfter i sin studie om fanfiktionskribenter. Likt specialhemsidorna för kvalitetsgranskad fanfiktion kan SM-vinnardatabasen ses som en kvalitetskontrollerad informationsresurs såtillvida att enbart de recept som fått medalj på SM publiceras där. Vinnarna har genomgått granskning av de utbildade öldomarna, de anses därmed vara de bästa recepten för hembryggare och blir därför en extra trovärdig informationsresurs för hembryggarna i vår studie. Slutligen tror vi att Bryggarwiki lyfts fram som en tillförlitlig informationsresurs eftersom att det är SHBF, Sveriges största förening för hembryggare, som publicerar sidan och att deras utgivaransvar agerar som en kvalitetsstämpel för våra hembryggare.

5.2.3 Sociala informationsresurser

Enligt Lloyd (2006) är de sociala informationsresurserna viktiga och värderas högt av individer inom ett informationslandskap då dessa gör att individer förstår vilken information som andra individer använder i informationskontexten. På grund av att många informationsresurser idag finns online har vi valt att dela upp de sociala informationsresuserna i två kategorier, då det under intervjuernas gång och under kodningsförfarandet framkommit att våra respondenter generellt skiljer på social information online och social information ansikte-mot-ansikte. De olika sociala informationsresurserna redovisas nedan.

5.2.3.1 Sociala informationsresurser ansikte-mot-ansikte

Sociala informationsresurser ansikte-mot-ansikte definieras som sociala informationsresurser som bryggarna tar del av i egen hög person i en fysisk interaktion med andra individer.

Fysiska ölbutiker och dess personal

Joakim, Stefan, Bertil och Kjell gillar att åka och handla i samma fysiska butik som är en av de största inom området i Västsverige. Enligt Stefan är butiken en tillförlitlig källa och det “blir en del hobbysnack” när han åker dit och handlar. Bertil pratar också uppskattande om butiken och att man just kan *prata* öl med butikspersonalen. Anders handlar numera mest i onlinebutiker, men han och Kjell pratar nostalgiskt om en

numera nedlagd butik i deras närområde där en stor anledning till att handla där var expertisen och det goda bemötandet hos affärsinnehavaren.

Mässor, festivaler, SM och bryggerier

Några av våra respondenter nämner ölfestivaler, mässor samt SM i hembryggning som en informationsresurs och inspiration för det egna bryggandet, vilket kan ses som en del i att leva en öl-livsstil (jämför med Hartel, 2011). Kjell och Anders besöker ölfestivaler och berättar om två olika i Storbritannien, bland annat *Great British Beer Festival* med 350 olika ölsorter och de nämner även *Gothenburg Beer Festival Week*. Där provsmakar de många öl och pratar med olika bryggerier. Ölen som provsmakas där väljs enligt Kjell utifrån vilka som har fått pris eller varit finalister i tävlingar men också utifrån nyfikenhet då han ofta resonerar med sig själv när han väljer: "den här låter kul, den provar jag" och "den här har jag inte provat". Även egna preferenser spelar stor roll och likaså rekommendationer från andra: detta betonar Anders är väldigt viktigt och Kjell understryker att det är kul att få rekommendationer men att det också är "roligt att chansa lite". Kjell och Anders besöker också SM i hembryggning. Till skillnad från Kjell och Anders intresserar inte mässor och festivaler Pontus, som mest tycker att mässor som Öl & Whiskymässan är ett "fylleslag mer än en mässa". Han ser inte heller provsmakning av kommersiella bryggeriers öl som ett sätt att själv bli inspirerad, såsom Kjell och Anders gör. Han hävdar att SM i hembryggning känns mer relevant för honom att besöka, men att han inte besökt SM ännu.

Föreningar samt bryggarvänner och mentorer

Kjell och Anders har ett flertal vänner och bekanta som har samma intresse att brygga öl hemma och dessa framhålls som en viktig informationsresurs. Kjell lärde känna många som brygger hemma, blev sedan inspirerad av dem att börja själv och gick en nybörjarkurs via SHBF. Vidare är Kjell och Anders medlemmar i en intresseförening för öl i stort samt är medlemmar i en mindre bryggarförening med ca 10-12 personer som träffas hos varandra åtminstone 10 gånger per år. Föreningsmedlemmarna brygger ibland tillsammans samt utbyter löpande erfarenheter om bryggning och de provar även varandras öl. Dessutom anordnar föreningen hembryggningstävlingar för andra bryggare. Anders är också medlem i ett bryggarkollektiv som hyr en lokal där de delar på utrustning och inköp av råvaror. En vän i detta kollektiv med lång erfarenhet, Sören, har lärt Anders "liksom *allt*" och fungerar både som inspirationskälla och social informationsresurs för både Anders och Kjell. De framhåller också andra bryggarvänner som viktiga källor till specifik kunskap: har de frågor om exempelvis jäst eller jäsprocesser frågar de helst bryggarvännen Pelle som har gedigna kunskaper inom området.

Bertil har en liknande bakgrund som Anders såtillvida att Bertil och en vän fick en mentor när de var nybörjare i hobbyn. Mentorn fungerar även både som inspirationskälla och social informationsresurs på grund av mentorns långa erfarenhet. Likt Kjell och Anders är Bertil med i en lokal förening som bland annat har en vårsamling då de bjuder in människor utanför föreningen till ölprovning. Medlemmarna i föreningen bestämmer innan vad de ska brygga till ölprovningen och försöker hålla en bredd i brygderna så att de brygger olika öl för gästerna att prova. Bertil lyfter också fram vännerna i föreningen som den viktigaste informationsresursen för honom:

föreningens möten och träffar är viktiga informations- och inspirationsresurser, och medlemmarna står i ständig kontakt med varandra om diverse spörsmål som rör bryggning. Slutligen lyfter Bertil fram vännen Arthur som en viktig resurs i sitt eget bryggande. Ibland brygger de tillsammans, men vet den ena att den andra brygger hälsar de gärna på varandra för att se vad och hur den andra gör och för att lära av varandra. Stefan är med i en mindre sammanslutning med ett par vänner som träffas ungefär fyra gånger per år och provar varandras öl. Då bestämmer de ett tema som alla brygger utifrån på egen hand och när de träffas turas de om att berätta hur det har gått till när de har bryggt samt jämför varandras slutprodukter. Stefan lyfter fram informationen han får på träffarna som särskilt värdefull och inspirerande.

Pontus brygger huvudsakligen själv, men har bryggt med en kompis som velat testa på hobbyn vid enstaka tillfällen. Han uttrycker en tydlig önskan om det vore trevligt att ha fler bryggarvänner för fysiska träffar utanför webben, framförallt att byta öl med och för möjligheten att diskutera varandras brygder, men att det just för tillfället inte är högsta prioritet. Likt Pontus brygger Joakim själv, men pratar med vänner som brygger om bryggning när de ses. Dock framhåller han att de känner varandra utanför bryggarhobbyn och han betonar att bryggning vid sådana tillfällen inte är det primära att tala om. Han uttrycker att det visserligen är trevligt att prata om bryggning men att det inte är någon större inspirationskälla för honom själv eftersom “alla har ju olika smak”. Han brygger generellt för eget bruk snarare än för att utbyta brygd med andra.

Föreningarna som Stefan, Bertil, Kjell samt Anders är med i fungerar som avgränsade sociala grupperingar inom hembryggarkollektivet i stort och utgör informationskontexter där det sker olika aktiviteter knutna till de olika kontexterna, exempelvis provsmakningar och gemensamma bryggningar. Vidare framhålls medlemmarna i grupperna som viktiga informationsresurser, framförallt de medlemmar som har lång erfarenhet av bryggning eller specifika expertkunskaper inom ett visst område. Att grupper och individerna däri som möts ansikte-mot-ansikte används som viktiga informationsresurser för hembryggning samstämmer med de resultat Prigoda och McKenzie (2007) samt Robinson och Yerbury (2015) lyfter om stickningsintresserade och historiska återskapare. Vi ser också exempel på att bryggning nödvändigtvis inte behöver vara en social aktivitet och att sociala informationsresurser ansikte-mot-ansikte därför inte prioriteras eller framhålls av alla respondenter, vilket överensstämmer med Murray och O’Neill’s (2015) slutsats att bryggning också är en hobby där individen utifrån eget huvud kan brygga själv.

5.2.3.2 Virtuella sociala informationsresurser

Virtuella sociala informationsresurser definieras som sociala informationsresurser som hembryggarna tar del av via webben eller sociala medier och där interaktionen med andra hembryggare enbart sker virtuellt.

Internetforum

Samtliga respondenter beskriver att de läser olika recept på internet, ofta på just forum när de sökt i sökmotorer. Stora internetforum som nämns är bland annat internetbutiken Humlegårdens forum, SHBF:s forum samt en del engelskspråkiga forum och de skriftliga receptresurser som finns där med möjligheter att kommentera och framförallt

diskutera öl. Pontus framhåller att forum såsom SHBF:s forum var en stor hjälp när han lärde sig att brygga. Dessutom framhåller han att informationen som finns där vanligen håller en högre kvalitet än den han hittar på Facebook eftersom det oftast är mer kunniga människor som är aktiva på forumen, men att det oftast tar längre tid att få svar på eventuella frågor. Joakim nämner specifika forum, bland annat *HomeBrewTalk*, och framhåller att de forumtrådar som är mest aktiva eller är långa oftast är värdefulla såtillvida att man kan få många åsikter om just det ämnet som avhandlas i tråden, men att han sedan får bedöma om det är relevant eller inte. Kjell och Anders läser en del i forumtrådar för att det kan vara givande, men under intervjun har de en intressant diskussion om forum där de påstår att det är svårt att vara ny i hobbyn och lära sig via forum dels med mängden information, dels då det är svårt att skilja fakta från åsikter utan grund.

> Anders: Om jag nu har tänkt att använda en annan jäst än vanlig US-05, då försöker man se hur andra har bryggt med den här jästen och så tittar man på forum när någon annan har ställt samma fråga, och man blir inte så klok!
> Kjell: Nej, jag håller med dig
> Anders: Så ser man 100 inlägg som svar då
> […]
> Kjell: Men det är ju så online överhuvudtaget, man kan ju gå igång på vad som helst
> Anders: Ja
> Kjell: Som tycker att folk är dumma i huvudet om de inte gör som *de* tycker
> Anders: Ja, men problemet med allt det gör ju att om man läser allt det här då va, så blir man ju bara förvirrad. Så om man vill börja brygga öl idag så kanske det [forum] inte är rätt väg att gå.

Antagligen bottnar deras åsikter om forum i Kjell och Anders preferens att lära sig av andra ansikte-mot-ansikte, men det är intressant att begrunda att bristen på kritiskt granskad litteratur gör att hembryggare måste förlita sig på egen magkänsla och erfarenheter när de läser på onlineforum, vilket onekligen är svårt som nybörjare i hobbyn.

Vidare använder Pontus, Stefan, Bertil och Kjell andra receptdatabaser med möjligheter att både kommentera och betygsätta enstaka recept, såsom BeerSmith. Stefan understryker dock att man får ta receptdatabasen i BeerSmith med en nypa salt eftersom vem som helst kan lägga ut recept och att de inte är kvalitetskontrollerade.

Facebook

Föga förvånande dyker världens största sociala medieplattform Facebook upp som social informationsresurs i respondenternas utsagor, då samtliga har ett förhållande till Facebook. De använder dock Facebook på olika sätt för hobbyn. Pontus, som rekryterades via Facebook, är en aktiv deltagare i en av de största svenskspråkiga grupperna på Facebook för hembryggare med cirka 13 000 medlemmar. Han gillar att ha tillgång den konstanta strömmen av information som finns på Facebook, framför allt leder bilder på andras brygder eller utrustning till att han kan bli sugen på att brygga eller att testa något nytt. Samtidigt framhåller han att det är många nybörjare som söker sig till Facebookgrupperna och att han ibland känner att han behöver sålla ganska mycket i det som skrivs. Stefan är medlem i samma Facebookgrupp som Pontus och läser det som skrivs. Han betonar dock att i takt med att han själv avancerat inom hobbyn använder han gruppen mer sällan som informationsresurs eftersom han upplever att samma frågor återkommer, vilket gör att han inte lär sig nya saker längre. Joakim är

med i några hembryggargrupper på Facebook, men eftersom han inte är speciellt aktiv på Facebook överhuvudtaget är inte Facebook en betydande informationsresurs för honom. Han känner också att hans informationsbehov blir tillgodosedda på andra sätt. Bertil, Kjell och Anders använder Facebook, men i privata grupper som är exklusiva för de föreningar de är medlemmar i, varför deras Facebookanvändande snarare kan ses som en onlineförlängning av de sociala ansikte-mot-ansikte-resurserna.

Likt släktforskarna i Fultons (2009, s.761-762) studie inhämtar studiens hembryggare mycket och relevant information online. Trots att släktforskarna använder sig av sändlistor på webben och studiens hembryggare till största delen använder forum och sociala medier kan paralleller ändå dras dem emellan i sättet som båda hobbygrupperna använder sina respektive virtuella sociala informationsresurser: dessa används både som ett sätt att kommunicera med andra hobbyutövare och som ett sätt att inhämta och utbyta information kring hobbyn (se 5.4 Informationsutbyte i hembryggarhobbyn).

Murray och O'Neill (2015) samt Duarte Alonso et al. (2018a) hävdar att skälen till att brygga bottnar i två övergripande motiv: dels att bryggning är en social hobby, dels att bryggning är en ensamhobby. Vi ser en skillnad i användandet av sociala informationsresurser ansikte-mot-ansikte mellan de hembryggare som både inspirerats av en fysisk informationsresurs som exempelvis öl samt har fysiska bryggarvänner som agerat som första kontakt till hobbyn, och de hembryggare som har läst sig till kunskaperna och fått inspiration att börja brygga den vägen. Här ser vi att de olika motiven till att brygga kan kopplas till olika preferenser att inhämta information: de bryggare som vi har intervjuat och som framförallt brygger av sociala skäl föredrar att inhämta information ansikte-mot-ansikte, medan de hembryggare som brygger av ensamskäl helst inhämtar social information via webben.

5.2.4 Fysiska informationsresurser

Enligt Lloyd (2006, s.576) är den tredje och mest värdefulla informationsresursen den information som kommer till individen via kroppen, vilken agerar som insamlare av sensorisk information. Att fysiskt interagera med för individen relevanta informationsresurser är det som i allra högsta grad skapar sakkunskaper och kunnande.

5.2.4.1 Öl

Öl i sig är en ovärderlig och central informationsresurs för respondenterna och vi hävdar att öl är den viktigaste informationsresursen för våra hembryggare då öl är själva kärnan i hobbyn. Att smaka, se eller dofta på tilltalande eller inte tilltalande öl leder till utvecklandet av *smak***.** Smak kan översättas till egna preferenser som används som bryggarens målbild och katalysator till efterföljande informationsaktiviteter. Vi har valt att dela upp öl i separata kategorier då öl används på olika sätt som informationsresurser av hembryggarna.

Egen hembryggd öl

Den egna ölen är för samtliga respondenter en viktig informationsresurs då det fungerar som målbild i utforsknings- och inspirationsfasen, vilket beskrivs mer i detalj i avsnitt 5.3.1. Öl fungerar också som slutprodukt av bryggarnas ansträngningar och agerar som

en språngbräda för framtida bryggningar, vilket beskrivs mer nedan i avsnitt 5.3.4 under momenten *dricka* och *utvärdera*. Några respondenter beskriver att det hembryggda öl de själva gör är mycket roligare att dricka eftersom det är de själva som producerar det. Pontus hävdar att den hembryggda ölen han gör är kvalitativt mycket bättre än det han hittar på Systembolaget, och att han "brygger [...] betydligt godare öl väldigt enkelt själv". Joakim beskriver sitt eget senast bryggda öl som en trevlig kombination av två saker han tycker väldigt mycket om: porter och surkörsbär, och att det var svårt att söka fram något liknande hembryggarrecept att utgå ifrån eftersom väldigt få personer har gjort något liknande.

Andras hembryggda öl

Provsmakandet av någon annans hembryggda öl har ofta varit en inkörsport in i hobbyn och agerar som en viktig informationsresurs i utformandet av bryggarnas egna smak och preferenser. De fyra respondenter som är aktiva i föreningar berättar också om hur andra hembryggares öl agerar som en viktig informationsresurs och framförallt inspirationskälla. Bertil berättar målande om provsmakandet av en bekants öl. Den bekanta hade bryggt en APA av insamlat regnvatten, vilket inspirerade Bertil till att börja brygga själv. Bertil berättar också om att testandet av all möjlig sorts öl i sin hembryggarförening, även sådana ölsorter han inte har som favoriter, är viktiga bidrag till den egna kunskapen eftersom det enligt honom är "viktigt att vara *broad-minded*" och att inte sluta in sig i sina preferenser. Stefan berättar också att provsmakandet av en bekants öl gjorde att han fick upp ögonen för bryggande, och att bryggarträffarna och det öl han dricker där är en inspirationskälla till den egna ölen. Kjell beskriver att han smakade på en kompis öl som vunnit pris på SM, och tänkte "kan han, kan jag". Kjell och Anders beskriver också uttrycksfullt hur svårt det är att *inte* dricka varandras öl när de ses och att det är oerhört inspirerande, samt att träffarna i bryggföreningen är ett trevligt tillfälle att just ta del av varandras öl.

Pontus saknar som tidigare nämnt en fysisk bryggarbekantskapskrets att kunna utbyta och provsmaka öl inom. Däremot tar han visuell inspiration från det andra hembryggare delar med sig av i Facebookgruppen han är aktiv i: han beskriver hur bilder och tillhörande beskrivningar av öl på kan inspirera honom att testa nya saker, även sådant som han kanske inte gillar. Pontus återger att han på Facebook sett någon som har gjort suröl med gröna sodapops i, en ölstil han verkligen inte gillar och inte brygger själv. Trots att han tyckte att det såg rätt äckligt ut kunde han ändå uppskatta att personen ifråga ens kommit på idén.

Mikrobryggeriöl

Joakim, Bertil, Kjell och Anders framhåller att det finns många trevliga mikrobryggeriöler att dricka och att det inte går att undvika öltrender när man exempelvis besöker bryggerier, går på Systembolaget eller dricker ute på etablissemang, vilket är likt den informationskontext Hartel (2011, s.222) kallar för att leva en gourmetlivsstil, vilket här översätts till att leva en öl-livsstil. Besöken gör att bryggarna håller sig uppdaterade vare sig de vill eller inte. Joakim, Bertil och Anders nämner specifikt provning av Systembolagets ölnyheter som en källa för inspiration till eget bryggande. Bertil, Kjell och Anders nämner några specifika mikrobryggerier som de inspireras av i sitt bryggande. Däremot förhåller de sig kritiska till nuvarande öltrender

som kortfattat går ut på att mikrobryggerierna brygger mindre och exklusiva batcher med öl som säljer slut fort och bryggs med ingredienser eller metoder som gör att ölen sticker ut så mycket som möjligt för att sälja. Hembryggning framhålls i relation till trendigt mikrobryggeriöl som ett roligare och lite mer trendokänsligt sätt att få dricka det respondenterna vill ha istället för att enbart förlita sig på att mikrobryggerierna tillhandahåller öl.

Makrobryggeriöl

Två av respondenterna för intressanta resonemang om att deras förhållande till makrobryggeriöl är kluvet. De vill definitivt inte eftersträva industriöl, men makrobryggeriöl är dock något som bryggarna i olika utsträckning ändå förhåller sig till. Pontus berättar att det visserligen finns "bra industrilager", men att det inte är det han vill brygga då han inte blir inspirerad av industriöl. Vidare framhåller Pontus att bara för att ölen är kommersiellt framställt behöver det nödvändigtvis inte betyda att ölen är bättre. Bertil beskriver ett öl han nyligen bryggt, och hur han i planeringsfasen vill undvika att ölen blir tråkigt och använder då Norrlands Guld som illustrerande liknelse. Han vill helst se till att hans öl *inte* blir som Norrlands Guld, för "då blir man ju *besviken*". Bertil förhåller sig också kritisk till industriöl då detta skapat normer "som man är fast lite grann i, och de vill man spräcka och gå utanför" med sin egen hembryggning.

5.2.5 Erfarenhet som informationsresurs

Bryggarnas interaktion med ovanstående informationsresurser samt bryggning i sig leder till egna erfarenheter och skapar ett kunnande som används som en viktig informationsresurs för hembryggarna, vilket harmonierar med slutsatserna i Lloyds (2006, 2010) studier. Vi menar att erfarenhet är viktigt för bryggare som verkar inom en avancerad hobbykontext och något som bryggarna framhåller vara viktigt då de återkommer till vikten av erfarenhet i sina utsagor, oftast i relation till att bedöma om någon informationsresurs är relevant för dem eller inte. Kjell exemplifierar mest tydligt av respondenterna:

> Och sen har man ju erfarenhet att gå tillbaka på, man har ju gamla recept man har gjort och så kanske man tittar på något sånt innan man börjar och ser 'vad gjorde jag då, hur blev den? Nää… Man kanske skulle ändra någonting?'

Kjell framhåller att hans erfarenhet och utvärdering av gamla recept och brygder är till stor hjälp i utövandet av hobbyn och när han ska brygga öl. Då går han tillbaka till det han tidigare har lärt sig, vilket kan omfatta både textbaserade, sociala och fysiska resurser. Vidare hävdar Kjell att han använder erfarenheten och sin kunskapsbas när han bedömer om en informationsresurs, exempelvis ett recept, är relevant för honom. De bryggningar han hittills har genomfört är viktiga och att de hjälper honom när han skapar sina recept, väljer råvaror och hur de kan harmoniera med varandra för att nå det önskade resultatet.

Stefan bedömer om recept är relevanta utifrån hans erfarenhet och hävdar att "det kanske är lite en blandning av förkunskaper och magkänsla" som styr när han väljer vad han bedömer vara relevant. Han berättar att om han söker på ett klonrecept så kan han få fram fem-tio varianter som alla är olika "och då får man kolla liksom, och tänka 'vad

verkar vara mest rimligt och värt att prova?'. Utifrån de förkunskaper man har då". Likaså Joakim tycker sig se när han söker fram olika recept som han kanske ska utgå ifrån om informationen "verkar vettig" och använder således tidigare erfarenheter för att bedöma om informationen är relevant för honom eller inte. Pontus betonar att han har lärt sig ganska mycket under de år som han har bryggt öl och att detta gör att han kan improvisera i ölrecept för att kunna optimera dem för att kunna skapa den öl han har som målbild.

5.3 Bryggningsprocessen och dess informationsaktiviteter

Eftersom denna uppsats syftar till att nå kunskap om vilka informationsresurser som hembryggare använder samt hur hembryggare söker, använder och utbyter information om sin hobby är det inte relevant att i närmare detalj beskriva de konkreta steg som ingår i den praktiska utövningen av hembryggningshobbyn, exempelvis vid vilken temperatur och tidpunkt humlen ska tillsättas. Det som är intressant är istället de informationsaktiviteter som omgärdar hobbyn då hembryggarna på olika sätt interagerar med information, både för att kunna ta sig an hobbyn och under de konkreta moment som ingår i processen att brygga sin egen öl. Detta avsnitt kommer att behandla dessa informationsaktiviteter utifrån de moment som Hartel (2006) beskriver och tillför gourmetkockar.

5.3.1 Utforska/inspiration samt planera

Under kodningsförfarandet och efterföljande analys upptäcktes att momenten *utforska/inspiration* och *planera* allt som oftast glider in i varandra då de är tätt sammanknutna i respondenternas utsagor. De blir därför svåra att analysera separat. Därför blir det inte tillämpbart att till punkt och pricka följa den struktur som Hartel (2006) använder för att beskriva en matlagningsepisod och därför kommer dessa två moment att analyseras tillsammans under ett och samma kapitel.

Utforsknings-, inspirations- samt planeringsfasen består oftast av att inhämta inspiration från olika informationsresurser i syfte att skapa ett exakt recept till bryggningen. Att utforma ett recept för den egna brygden är en central aktivitet i hobbyn då det är viktigt för hembryggare att få till den profil på det öl man vill brygga och för att det är oerhört viktigt att få till de rätta proportionerna mellan råvarorna. Ölbryggning i sig kan även ses som en kemisk process där både tidpunkt och brygdens temperatur när ingredienserna tillsätts är avgörande för slutresultatet: därför är ett exakt recept nyckeln till framgång.

5.3.1.1 Andras recept

Inför en bryggsession söker studiens hembryggare efter ett eller flera recept att utgå från, både under bryggningen och vid skapandet av egna recept (se 5.3.1.2 Egna recept). I likhet med Hartels (2006) gourmetkockar konsulterar respondenterna flera recept som de jämför med varandra för att hitta ett recept som motsvarar deras målbild. De kan också kombinera recepten för att få ett önskat slutresultat, precis som gourmetkockarna i Hartels studier. Ett illustrerande exempel på detta redovisas av Anders som berättar att han inför ett bryggningstillfälle sökte upp och jämförde flera recept på internet inför att han skulle klona en viss öl. Han bedömde att inget av dessa var särskilt trovärdigt och

understryker att han trodde att receptmakarna hade gissat för mycket. Han berättar att han såg på en gång att detta inte kunde bli bra, att det inte kunde ge honom det resultat som receptmakarna hade beskrivit och poängterar att "Det där vill jag inte göra för att det tror jag inte på". Han beslutade sig därför för att inte följa de framsökta recepten rakt av och istället kombinerade han alla recept och skapade ett nytt och eget recept utifrån dem. Här kan vi se att Anders samlade erfarenhet utifrån tidigare bryggningar och den kunskap som han har samlat på sig gör att han kritiskt kan granska recept och se om dessa fungerar eller ej.

5.3.1.2 Egna recept

I likhet med Hartels (2006, 2011) slutsatser om gourmetkockars hobbyutövning kräver hembryggning gedigna kunskaper för att praktisera hobbyn till fullo. Till skillnad från gourmetkockarna får hembryggarna utlopp för den största kreativiteten under planeringsfasen. Här ligger den stora intellektuella utmaningen i hembryggarhobbyn, nämligen receptskapandet. Receptskapandet är en kreativ process där hembryggarna kanaliserar sin samlade kunskap och till sin hjälp använder respondenterna olika verktyg och informationsresurser beskrivna ovan. Hembryggarna behöver även ett kritiskt öga när andras recept konsulteras i processen att skapa sitt eget recept, vilket har behandlats i 5.3.1.1 Andras recept. Anders framhäver att själva receptskapandet är det roligaste steget under förberedelserna till bryggningen och liknar det hela med att göra en karta över dit han vill hamna. Kjell fyller i att det är ungefär som att planera en semester som åtminstone i huvudet kommer att bli fantastisk. I denna fas ser vi en rad olika informationsaktiviteter som respondenterna är inbegripna i, bland annat sökning på olika recept på webben eller i fysiska böcker samt återanvändande av gamla recept som respondenterna har sparat. Pontus berättar att han inför varje ny bryggningssession oftast börjar med att skapa ett recept och att han då använder programvaran *Brewer's friend* och "klurar lite på dels vad har jag hemma och vad skulle jag vilja brygga och så vidare och så knåpar man ihop ett recept utifrån det". På det sättet utforskar han både de fysiska resurser i form av råvaror som han har hemma och utgår samtidigt från sin egen personliga önskan om vad han vill brygga. Detta tar sig formen av en slags dagdrömmeri om vad som ska skapas härnäst, i likhet med hur Hartel (2006) beskriver hobbygourmetkockarnas dagdrömmar om deras matlagningsprojekt.

När Joakim komponerar ett recept brukar han improvisera genom att fundera ut olika substitut till råvarorna: "Ja men om jag inte får tag på någon ingrediens till exempel, då kan jag fundera på om jag ska någon variant istället [...] Om det inte går att få tag på rostad havre, kan jag göra någonting istället?". Joakim berättar om när han skulle brygga en körsbärsporter. Han hade fått en massa surkörsbär och ville kombinera dem med en ganska torr porter för att skapa en porter med körsbärstoner. Han googlade efter recept för att se hur andra hade gjort men upptäckte att de flesta recept innehöll köpt körsbärspuré eller bigarråer som dessutom ofta var konserverade. Detta ledde till att han "fick söka ganska vitt och brett för att hitta någonting" som motsvarade hans målbild av den öl han ville brygga. Till slut hittade han en del recept som han jämförde och kombinerade med ett recept på en torr porter. Inför denna bryggningssession kan vi se att Joakim ägnar sig åt två av momenten i Hartels (2006) modell kring en matlagningsepisod: *utforska* då Joakim söker brett efter någon som har bryggt detsamma som han vill brygga och att han senare övergår till *planera* då han jämför recepten. Under utforsknings- och inspirationsfasen kan vi se att Joakim interagerar

med den skriftliga informationsresursen recept genom verktyget Google för att navigera sig fram till recept som motsvarar hans informationsbehov och att han under planeringsfasen, likt Anders, begagnar sig av sin tidigare erfarenhet och att han med ett kritiskt öga kan jämföra de funna recepten för att se om de fungerar för hans personliga bryggning.

Anders berättar om en *saison*[1] som han och Kjell har bryggt ihop. Egentligen är de lite oense om vilken ölstil det de har bryggt tillhör: Kjell påstår att det är en veteale och Anders hävdar att det är en *saison* eller en *farmhouse ale* i fransk stil men ändrar sig till att det är "en *pale ale* med en massa vete i och som har saisonjäst" och att det är en hybrid mellan många olika öl. Idén till ölen kom då Anders bläddrade i en bok och då fick han för sig att skapa en *White India Pale Ale* utifrån ett recept från det svenska bryggeriet *Coppersmith*. Han påpekar att han själv aldrig hade druckit den ölen och att han hade hört att ölen inte hade varit så lyckad men att han ändå:

> tyckte att den lät intressant för då var det pilsnermalt 50%, 50% vetemalt, strösocker 0,8%, och så var det en massa humlesorter då från USA och… Nya Zeeland, så det lät ju jättetrevligt. Och så var det saisonjäst! [...] Så att det blev en mer… belgisk/fransk stil.

Det var således saisonjästen som lockade Anders till att prova att brygga ölen själv, eftersom han vet att saisonjästen ger ölen en specifik karaktär. Samtidigt visar citatet hur Anders process ser ut i förhållande till momenten *utforska/inspiration* och *planera*, samt de informationsaktiviteter han är inbegripen i genom att han *söker* efter inspiration, i detta fall genom att *bläddra* i en bok. Därefter utgick han från det recept han fann i boken, dock berättar han att han valde att göra sin egen tolkning av receptet och därför bytte ut råvarorna och mängden av dessa för att skapa något helt eget (detta utvecklas i 5.3.1.3 Autenticitet) som i slutändan var någonting helt annat än det ursprungliga receptet.

Bertil berättar att den senaste ölen han bryggde var en present till fest, och att han då försökte skapa ett öl utifrån jubilarens preferenser samtidigt som han ville göra något som han själv gillade. Första steget i planeringen var att ta reda på vad personen ifråga tycker om: det ska vara ljust inte för beskt och inte för fruktigt. Utifrån egna erfarenheter tänkte Bertil att "ja, men engelsk ale kan nog funka" utifrån den beskrivning han fått om den han ska brygga till. Planeringen fortsatte sedan genom att Bertil började att skapa ett recept: han ville hellre ha pilsnermalt än alemalt eftersom han ville ha mer kropp i ölen och samtidigt sätta sin egen twist på något som egentligen ska vara en ale. Till receptet lade han också till lite vetemalt för den goda smakens skull och en ljus karamellmalt som ger fin färg. Sedan valde Bertil två humlesorter som han vet inte ger fruktighet: *Golding* samt *Hallertau*. Slutligen valde han en alejäst som han vet fungerar bra. Här ser vi hur erfarenheter spelar in: Bertil brygger på en sådan nivå att han vet vad en engelsk ale egentligen ska bestå av, men att han själv kan anpassa och kombinera fram ett recept utifrån sina egna preferenser och vad han tror mottagaren av ölen gillar.

[1] Belgisk ale som härstammar från vallonskt bondgårdsöl. För mer information om utseende, arom och smak rekommenderas ett besök på SHBF:s öltypsdefinition: http://styles.shbf.se/style.php?PersistentId=94&GlobalVersion=578

I likhet med hobbygourmetkockarna i Hartels (2006) studie brukar vissa av respondenterna återanvända egna, gamla recept i utforsknings- och inspirationsfasen, förutsatt att recepten anses vara relevanta för föreliggande bryggning. Respondenternas dokumentationer och egenskapade recept används och återanvänds dock på olika sätt och i olika utsträckning. Kjell och Anders brukar gå tillbaka till sina gamla recept för att titta, jämföra och inspireras. Anders framhåller att:

> Man kanske kommer ihåg någon öl man gjorde som var ganska trevlig då så tänker jag 'hur mycket hade jag nu av det?'. Istället för att uppfinna hjulet igen då så kan man ju se där att ja '10 procent av det, 8 av någonting annat'.

Kjell tycker att det kan vara roligt att gå tillbaka till gamla recept och brygga dem igen fast att skruva lite på det och använda en annan jäst eller malt eller en ny humle. Han kan också gå tillbaka till gamla recept för att titta på hur han har gjort och hur brygderna blev och därefter fundera på om han kanske ska ändra någonting för att göra slutresultatet ännu bättre. Bertil har en stor receptsamling men till skillnad från Kjell och Anders är det sällan han går tillbaka till den för att återanvända ett gammalt recept; han poängterar att han sällan brygger exakt samma öl en gång till och att han hellre hittar på någonting nytt. Precis som Bertil brukar Pontus väldigt sällan brygga två identiska öl men har nyligen bryggt ihop med en vän och återanvänt det receptet som användes då de bryggde sist för tre-fyra år sedan. Båda var nöjda med det gamla receptet och ville "göra en favorit i repris" och de utgick från receptet men modifierade det för att optimera ölen. Stefan dokumenterar sina bryggningar genom att skriva ner densiteten före och efter jäsning för att kunna räkna ut alkoholstyrkan, men dessa dokumentationer är inget han sparar i någon form av receptsamling att återgå till vid andra bryggningstillfällen. Vi kan här se en skillnad i hembryggarnas och gourmetkockarnas informationsbeteenden: hembryggarna skapar inte ett lika omfattande personligt bibliotek av insamlade informationsresurser att gå tillbaka till och återanvända vid behov, jämfört med de gourmetkockar som Hartel (2006, 2011) undersöker. De flesta respondenter framhåller att de hellre skapar nytt än brygger exakt samma öl igen eftersom det är oerhört svårt då ett öl väldigt sällan blir det andra likt, och därför konsulteras de sparade recepten sällan. Ytterligare en skillnad består i att de informationsresurser som finns i respondenternas samlingar till största delen omfattas av egenskapade recept snarare än andras recept, vilket skiljer dem från gourmetkockarna (Hartel, 2011, s.237-238).

5.3.1.3 Autenticitet

Utifrån Robinson och Yerburys (2015) studie om historiska återskapare har vi identifierat ett liknande tema i form av *autenticitet* hos respondenterna i vår undersökning. Vi upplever att respondenterna är medvetna om att det finns ett slags original i form av officiellt definierade ölstilar som de både som konsumenter och producenter av öl behöver förhålla sig till. De olika ölstilarna har olika byggstenar och processer vilket ger dem en karakteristik som definierar själva ölstilen. Efter att ha provsmakat flera öl från olika ölstilar har respondenterna kunnat navigera sig fram och kunnat skapa en personlig smak som hjälper dem både att välja vilken slags öl de vill brygga och som agerar vägledare vid receptskapandet. Till skillnad från de historiska återskaparna i Robinson och Yerburys (2015) studie där autenticitet och återskapande av kläder eller utrustning som ligger så nära originalet som möjligt är syftet med hobbyn, ser vi hos några av våra hembryggare, ett helt annat förhållningssätt till att

återskapa öl enligt de definitioner som finns. De flesta respondenterna i vår studie väljer att medvetet avvika från de officiella definitionerna för att istället skapa sitt eget personliga öl utifrån den smak de har utvecklat. Anders framhåller att det inom hembryggning finns utrymme att skapa det som en själv tycker om och påstår att "alltså att brygga någonting som redan finns känns ju ganska meningslöst. Vill man bara ha en väldigt bra humlad öl då kan man lika bra köpa en Stigbergets", det vill säga en kommersiell öl från ett mikrobryggeri, som enligt Anders tillverkar fantastiska öl. Anders kommenterar detta med att han därför gärna vill hitta någon egen twist på den öl han själv brygger. Ett illustrerande exempel på detta är den saisonöl som Anders bryggde och som har lyfts fram i 5.3.1.2 Egna recept, då han valde att göra en egen tolkning av ett recept från en bok.

> Anders: Och så tänkte jag-då gjorde jag en variant på det då men då... hade-ville jag inte ha den-just den jästen utan jag tog en annan jäst.
> [...]
> Och vad gäller veten då så tyckte jag att-jag sänkte det då till 35% istället och så hade jag *torrefied wheat* också då…
> J: Mm.
> Anders: Omältat då, och sen pilsnermalten bytte jag ut mot palemalt istället och… fick det som är 35%, då återstår en bit till och det tog jag-eftersom det var [...] belgiskt/franskt så tog jag en Carabelge som är en belgisk karamellmalt.
> J: Mm.
> Anders: På det viset så hamnade jag liksom på någonting helt annat, jag var så inspirerad - det här [receptet i boken] var alltså inspirationen.

Detta är intressant eftersom Anders utsaga lyfter fram hans egen autenticitet i förhållande till hans smak samtidigt som det belyser hur han förhåller sig självständigt till receptet och hellre skapar sitt eget recept utifrån en kombination av föredragna komponenter. Citatet visar också den tankeprocess som Anders har och hur han planerar fram det färdiga receptet. Här är den egna erfarenheten en viktig fysisk informationsresurs i processen att skapa det personliga receptet där Anders kan använda sina förvärvade kunskaper om malt och jäst för att själv optimera och balansera smakerna för att nå den målbild han har kring ölen.

Bertil berättar att han blir inspirerad av att smaka på andra personers hembryggda öl och att han brukar fråga hur de har gjort, vilken humle de har använt och vilka steg som har ingått i processen. Inspirationen leder till att han själv vill brygga öl, men han framhåller att provsmakningen av andras brygder inte gör att han vill brygga *andras* öl och kopiera det som de har gjort utan att han vill göra något *eget*. Han berättar att många i den lokala föreningen kan vara fascinerade av en mikrobryggeriöl och velat klona ölen och kommenterar detta med att säga "men det är inte *min* stil och jag vill göra något… som liknar, som är *mitt*. Och som *jag* är nöjd med och som jag känner 'nu har jag gjort något, nu har *jag* skapat något'". Som exempel plockar han fram en öl som han har bryggt själv. Han berättar att han läser en del standardrecept för att lära sig om de olika ölstilarnas karaktärer och hur de skiljer sig åt. I detta fall ville han göra en böhmisk pilsner men valde att göra sin egen variant på den eftersom han inte ville kopiera originalet men ändå dra åt det hållet. Därför valde han att döpa ölen till "bohemisk pilsner" för att visa åt vilket håll ölen hör hemma men att den ändå inte är stiltypisk. Han poängterar att han överhuvudtaget inte bryr sig om den öl han brygger är en *West Coast IPA* eller en *New England IPA* utan det roliga är att blanda stilarna för att få någonting nytt och eget. Ett annat exempel på hans självständiga förhållning till

ölstilar är då han bryggde en APA till en fest och någon kommenterade "'men det här är väl ingen APA?' Njo, det är det', kanske inte enligt definitionen då, men det är *min* stil på det". Detta visar att Bertil har koll på vad en stiltypisk öl är men att han väljer att göra avsteg från den vedertagna definitionen för att göra det han själv tycker om, utifrån den personliga smak som han har utvecklat genom fysiska informationsresurser och genom att bygga upp sin egen kunskapsbank. I likhet med Bertil framhåller Pontus att det inte är så noga med öltyper när han brygger öl.

> Alla sorter har sin charm också. Jag är inte så sortspecifik, så alltså att jag måste hamna rätt [...] Det finns många olika definitioner på ölsorter. Det bryr jag mig inte så mycket om. Det ska vara riktigt gott att dricka helt enkelt. [...] Jag bryr mig inte om min ale är något mer bärnstensfärgad än vad den ska vara, enligt den klassen, och så vidare. Det skiter jag liksom i.

Han berättar att han inte brygger utifrån andra personers recept men om han får inspiration, exempelvis genom att se en bild på sociala medier av att någon har bryggt en kölsch:

> Då kan jag gå tillbaka till de här böckerna och kolla på receptet i dem, men sen så brygger jag aldrig det receptet utan jag utgår från det mer eller mindre och tweakar det och tar den humlen jag tycker är bra och så den jästen jag vill ha.

Detta visar att även Pontus har en självständig förhållning till receptskapande och hellre komponerar ett eget utifrån de råvaror han själv föredrar, då han vet av erfarenhet hur råvarorna samspelar och vilken öl han kan få ut genom att använda dessa. Kjell berättar att han inte längre lämnar in öl till SM eftersom det är så mycket regler om hur det ska se ut, dofta och smaka. Han säger:

> Jag brygger hellre det jag gillar istället för att det ska likna något annat då. Jag menar det kan ju vara jättegott om man kan göra en kopia på något men… Men inte bara för att man ska tävla [om] vem som kan kopiera bäst en kommersiell ölstil. Det är inte lika roligt tycker jag.

Likt Pontus, Bertil och Anders brygger alltså Kjell utifrån sin egen smak som han har utvecklat utifrån de fysiska informationsresurserna syn, smak och doft. Hans erfarenhet har gett honom kunskaper inom ölstilar och tillsammans med sin egen smak gör detta att han kan välja att avstå från att brygga stiltypiska öl och bara brygga det som han själv gillar och brygga det för sin egen skull.

I relation till Robinson och Yerburys (2015) studie ser vi att våra respondenter är betydligt friare i sitt förhållningssätt till sin hobby än de historiska återskaparna. Kraven på exakthet och autenticitet i historiskt återskapande kan bottna i det faktum att historiska skeenden och tidstypisk klädsel inte går att ändra, och att det därför kanske finns ett mer strikt förhållande till autenticitet jämfört med bryggare där ölstilar genom historien har utvecklats med hjälp av nyfikenhet och experimentlusta. Dock finns det bryggare som brygger stiltypiskt vilket våra respondenter också poängterar, men de betonar att i hembryggning finns en viss frihet och glädje i att skapa något utifrån eget huvud snarare än att kopiera, vilket samstämmer med resultaten i Murray och O'Neills (2015) studie där att få utlopp för den egna kreativiteten lyfts fram som ett av skälen till att brygga.

5.3.2 Införskaffa och förbereda

Vid intervjuerna framgick det tydligt att hembryggarna i vår studie lägger större vikt vid att *utforska* och *planera* än vid att *införskaffa* och *förbereda*. Respondenterna lyfter inte förberedelser som ett särskilt viktigt moment överhuvudtaget. Inköp av utrustning och ingredienser framhävs inte som en speciellt avgörande aktivitet mer än något som bara görs. För de respondenter som handlar i fysiska butiker kan receptet visserligen ändras beroende på tillgång av råvaror i butiken, medan de som handlar på internet mer kan förhålla sig till och redan i planeringsfasen se vad butiken har hemma och planera därefter. Butikernas roll som informationsresurs har behandlats i avsnitt 5.2.3.1 Sociala informationsresurser ansikte-mot-ansikte. Sammantaget ser vi detta som en avgörande skillnad jämfört med de moment som gourmetkockarna i Hartels (2006, 2011) studier ägnar sig åt.

5.3.3 Genomföra

Genomförandet består i att fysiskt omsätta den teori i form av recept som bryggarna har utformat. När respondenterna återger momentet handlar det om att följa de steg som krävs i bryggningsprocessen de sedan tidigare är medvetna om, vilket Stefan målande berättar om. Han beskriver en lång och fysisk process där han måste hålla koll på var han är i processen och vad som sker med brygden. Stefan exemplifierar med att berätta att ett par grader för varm temperatur på lakvattnet kan leda till att ölen får oönskade smaker. Bryggning kräver koncentration över lång tid då en bryggning tar en hel dag. Anders understryker att det är viktigt att hålla koll på processen under hela bryggningen då oönskade saker kan ske snabbt: helt plötsligt kan mobiltelefonen ringa och "så kokar det över".

Under genomförandet konsulterar alla respondenter de recept som de har skapat och alla respondenter utom en låser receptet innan själva genomförandet, därefter ändras det inte om inte något verkligen går fel. Pontus är den enda som improviserar under bryggningen och ändrar i receptet under själva genomförandet av bryggningsprocessen. Pontus beskriver det som att "Sen fick jag feeling när [ölen] stod och jäste så jag drog i 1,5 kg mangopuré i den också". Kjell poängterar att han följer receptet som han har skapat om han inte märker att något går fel eller att han märker att han inte har rätt råvaror hemma, men att detta sker i undantagsfall. Kjell och Anders enas om att när receptet är klart, råvarorna inköpta och bryggningen startat har de passerat "*point of no return*".

Som tidigare nämnt är bryggningen i sig en central informationsresurs och i genomförandefasen sker viktiga fysiska informationsaktiviteter genom att hembryggaren på olika sätt fysiskt interagerar med brygden genom att smaka, röra eller tillsätta ingredienser. Genom att vara engagerade i hobbyn lär sig respondenterna rent fysiskt hur det går till att brygga: likt Lloyd (2006) påstår vi att fysiskt utförande av aktiviteten är central för att förstå hobbyn i stort och informationsbeteendet som hör till hobbyn. Det går att läsa om bryggning och processen i teorin, men det är först när bryggarna brygger som teorin omsätts i praktik och faktiska kunskaper skapas (se Bertils utsaga i 5.3.4.1 Drickande av den egna ölen). Fysisk bryggning i kombination med informationsresurser leder till att bryggarna utvecklar informationskompetens och kunnande.

5.3.4 Dricka och utvärdera

Att dricka den hembryggda ölen ses av respondenterna som ett sätt att utvärdera den produkt som har skapats. Drickandet sätter igång en egen reflektion över det färdiga resultatet och fungerar som en felsökning då respondenterna bland annat försöker se varifrån smaker och dofter kommer och hur väl de har nått målbilden. Stefan, Bertil, Kjell och Anders dricker dessutom andra hembryggares öl, både som en social aktivitet men också för att jämföra sin öl med andras, för att få respons på sin egen öl och för att inspireras av och lära sig av andra och hur de har gjort.

5.3.4.1 Drickande av den egna ölen

Respondenterna provsmakar sin egen öl av flera anledningar. En av dessa är för att göra felsökningar: vad gick bra och vad gick dåligt? Anders betonar att han provsmakar och sedan funderar på "jaha vad är det som har fått de här smakerna egentligen, och dofterna…?" Ett exempel på detta är då Anders berättar att de under jäsningsprocessen har smakat på saisonölen som han och Kjell har bryggt tillsammans och att den då har haft mycket banantoner. Detta framhäver de som mycket märkligt. Vid tidpunkten för intervjun har dock ölen övergått till att dofta och smaka hallon, vilket de också understryker är lite konstigt. Utifrån provsmakningen drar de därefter slutsatser om hur jäsningsprocessen går och trots att ölen då mest smakar sött och beskt poängterar Kjell att "man kan känna tendenser eller hur ungefär den kan bli, men det är väldigt stor skillnad mot den färdiga ölen". Anders håller med och framhåller att han ändå ofta känner "om det är den kvalitet man vill ha" och poängterar att detta är bra att veta inför tappningen. Joakim berättar att han brukar provsmaka sin öl efter en veckas lagring bara för att se vartåt det barkar. Han betonar dock att öl som körsbärsportern tenderar att bli bättre ju längre den lagras och att detta gör sådana öl svårare att utvärdera och se som han har träffat rätt, jämfört med andra ölstilar. Precis som Kjell och Anders använder även Joakim provsmakning som ett sätt att utvärdera slutprodukten. Pontus berättar om när han dricker den färdiga ölen och utvärderar:

> Pontus: Och man är ju EXTREMT kritisk till det man har gjort, kan jag säga.
> J: Aa.
> Pontus: Man letar ju verkligen felsmaker och ser liksom vad det är… Det kan man ju känna att "ja men det var lite jästsmak i den här kanske, jag får se över min jästemperatur, eller kallkrascha längre eller filtrera med annat filter" eller sådär, så att man får med sig-man lär sig hela tiden hur man ska få bort de smakerna man inte vill ha och man framhäver de som man vill ha.
> [...]
> J: Men typ "det här blev en jättebra APA, då fortsätter jag liksom så som jag har gjort" liksom?
> Pontus: Ja men då har man ju hittat rätt och kanske-säg att den blev väldigt blank, exempelvis. Ja men då får man ju fundera på hur gjorde jag för att få den blank? Hur mycket klarningsmedel hade jag i koket? Hur länge kallkraschade jag den? Och så vidare.
> J: Mm.
> Pontus: Och så utgår man ju ifrån det och så hur man än gör så är ju nästa grumlig då.

Utvärderingsfasen är väldigt viktig då den förser Pontus med insikter i hur bryggningsprocessen har gått och ger honom kunskaper i hur han ska göra nästa gång för att uppnå ett lika bra eller ett bättre resultat.

Respondenterna använder också provsmakningen av den egna ölen för att lära sig. Ett exempel på detta är att Bertil understryker att det är nödvändigt att provsmaka för att lära sig humle:

> Man måste ju lukta och smaka sig fram på humle alltså. Man kan läsa sig till lite, men humlen är… Du får inte fram smaken heller om du inte *gör* ölet så att säga [...] Det går inte bara från pellets då, som vi köper då, det går inte att… Avgöra riktigt.

Detta märks tydligt när han berättar om hur han valde humle till det ölprojekt som beskrivs under 5.3.1.2 Egna recept och hur han navigerar mellan olika karaktärer när det gäller den smak som han vill att humlen ska ge ölen. Det märks även då han beskriver vilken malt han valde till samma öl och att han utifrån sin samlade erfarenhet från tidigare bryggningar kan plocka fram kunskaper om vilken malt som ger en viss kropp och att han resonerar att han därför borde använda en pilsnermalt snarare än alemalt för att uppnå det önskade resultatet.

5.3.4.2 Drickande av andras öl

Stefan, Bertil, Kjell och Anders brukar dricka andras hembryggda öl. Kjell och Anders poängterar att de lär sig mycket genom att prova både varandras öl och andra föreningsmedlemmars öl och att det oftast uppstår en diskussion kring ölen som provsmakas: någon kan exempelvis berätta att hen har hittat en ny jäst eller ny humle att brygga med och låter de andra provsmaka för att känna hur dessa smakar. I diskussionen kring de öl som provsmakas uppkommer enligt Kjell ofta frågor helt naturligt såsom "'Hur gjorde ni här?' eller 'Hur gjorde du den?' och 'Vad hade du för råvaror där?'" vilket bidrar till att provsmakningen ger hembryggarna en bredare kunskap än att bara dricka den egna ölen. Stefan berättar om de bryggarträffar som han har tillsammans med några vänner: "Då provar vi varandras öl, vi har olika ölteman då, och så får man prova och jämföra sin öl med andras". Vi kan se att gruppen ägnar sig åt momenten *planera*, *servera*, *dricka* och *utvärdera* i förhållande till gruppens aktiviteter och till Hartels (2006) modell över en matlagningsepisod. Vi kan också dra paralleller till Hill och Pecoskie (2017) och deras studie om fanfiktionskribenter eftersom Stefan och hans grupp kan ses ge varandra respons och granskar varandras öl, dock inte i lika hög utsträckning som fanfiktionskribenterna. Gruppens granskning av varandras öl är av en informell art men skiljer sig mot den form som lyfts av Hill och Pecoskie (2017) då det inte handlar om att betygsätta ölen eller att faktiskt förbättra eller ändra slutprodukten efter andras kommentarer. Vi tolkar responsen snarare som en möjlighet att lära sig utifrån att dricka andras brygder och därigenom bygga på sin egen erfarenhet och kunskapsbas. Eftersom Stefans grupp både dricker andras öl och då andra i gruppen dricker hans öl är det svårt att analysera dessa teman separat, därför finns en viss överlappning med avsnitt 5.3.4.3 Andra dricker respondenternas öl.

Ett annat exempel ges av Anders som berättar att han vid ett tillfälle ombads av en kollega att provsmaka kollegans öl, som var en av hans första bryggningar, och därefter säga vad Anders tyckte om det. Här ombads således Anders att ge respons, såsom fanfiktionskribenterna hos Hill och Pecoskie (2017), men till skillnad från Stefan i exemplet ovan efterfrågar Anders kollega en mer formell granskning i form av en kvalitetskontroll, eventuellt på grund av att han är nybörjare och vill att en erfaren bryggare ska berätta om han har hamnat rätt eller inte. Det visar sig att Anders genast känner att kollegan har använt för mycket brunmalt vilket kollegan också bekräftar: han

hade använt 15 procent. Att använda en så stor mängd brunmalt blir inte bra, detta vet Anders utifrån sin erfarenhet och samlade kunskap. Han berättar att kollegan bara hade sökt efter ett recept på internet och bryggt efter det rakt av och Anders påstår att en erfaren bryggare förmodligen hade läst receptet och dragit slutsatsen att det inte skulle bli ett bra öl. Här kan vi se att erfarna hembryggare kan fungera både som mentorer och som granskare för nybörjare, samt att denna granskning kan leda till att nybörjare bygger på sin egen kunskapsbas och lär sig mer om hobbyn, vilket samstämmer med de roller som erfarna stickningsintresserade samt historiska återskapare spelar för nybörjare inom hobbyn i både Prigoda och McKenzies (2007) samt Robinson och Yerburys (2015) studier.

5.3.4.3 Andra dricker respondenternas öl

När föreningarna som Kjell och Anders är medlemmar i har träffar får Kjell och Anders respons både från de andra medlemmarna som provar deras öl samt från besökare på de tävlingar som föreningen ordnar:

> Anders: Det är ju den dynamiken då med liksom folk som kommer fram och smakar på ens öl och det är ju det som *ger* någonting va. Och att någon som då, alltså en vilt främmande människa som säger till en ”en *sån* öl skulle jag vilja kunna köpa på krogen”.
> Kjell: Då blir man glad.
> Anders: Då vet man: personen gillar det, och dessutom skulle han kunna tänka sig att betala *pengar* för att kunna dricka det. Då blir man ju jätteglad va.
> Kjell: Ja, det är ju jättekul!

Respondenterna uttrycker glädje i att kunna få respons på sina produkter och att provsmakningen är en viktig del i träffarna med föreningarna, både att respondenterna provsmakar andras öl och att andra provsmakar deras öl. Responsen från andra hembryggare blir en slags bekräftelse på att det respondenterna har gjort är bra och håller en hög kvalitet, vilket också lyfts av Bertil som berättar att hans pilsner kom på tredje plats i en av den lokala föreningens ölprovningar. “Jag är stolt för det, för jag är den minst erfarne i det här gänget tror jag. Så det var kul”, säger han. Vi tolkar det som att granskning då andra provar respondenternas öl handlar om att växa utifrån andras respons, kommentarer och utvärderingar och att förvärva sig ytterligare och värdefull kunskap att använda vid framtida bryggningar.

Sammanfattningsvis kan vi se många likheter mellan de informationsaktiviteter som Hartels (2006) gourmetkockar och våra respondender är inbegripna i. Vi kan fastslå att hembryggarna i denna studie ägnar sig åt informationsaktiviteterna *söka*, *läsa* och *jämföra* recept genom olika informationsresurser och samt *skapa*, *använda* och *återanvända* recept och att de utvärderar sina slutprodukter genom att *provsmaka* egna och andras öl samt *ge och få respons* genom kollegial granskning (*peer review*). Dessutom brukar respondenterna *prata* med andra hembryggare för att få både inspiration, och ny kunskap och respons. Respondenterna brukar även *dokumentera* bryggningarna på olika sätt. Detta överensstämmer i stora drag med de informationsaktiviteter som gourmetkockarna ägnar sig åt i respektive moment.

5.4 Informationsutbyte i hembryggarhobbyn

Informationsutbyte mellan utövarna av hembryggning ses som självklart. Bertil betonar att dela med sig av information till andra “är ju det som är grejen” med hobbyn. Då

ölbryggning är en social aktivitet för Bertil framhåller han att det finns en glädje i att få dela med sig av informationsresurser i stort och smått. Han framhåller också att det är genom att ta del av den information och de erfarenheter som andra delar med sig av som alla han umgås med lär sig hobbyn. Här kan paralleller dras till Fultons (2009) studie om släktforskares informationsutbyte: informationsutbytet bottnar i båda studier i viljan att hjälpa andra och att bidra till att slutprodukten, släktforskningen respektive ölbryggningen, blir så bra som möjligt. Vi kan också se en överlappning mellan de båda hobbygrupperna då både släktforskarna och de flesta av hembryggarna framhåller att informationsutbyte är en viktig del för den sociala gruppen och de relationer som skapas däri då den sociala gemenskapen stärks av att medlemmarna utbyter information. Två teman i relation till informationsutbyte har framkommit under intervjuerna, vilka redovisas och analyseras nedan.

5.4.1 Utbyte av information

Det första temat yttrar sig i att de flesta respondenter *utbyter* information till andra hembryggare och att detta sker på två sätt: antingen ansikte-mot-ansikte eller online via forum och sociala medier. Vi kan också se att respondenterna utbyter information i olika grad. Talja och Hansen (2006, s.114) definierar informationsutbyte som en process då individen delar med sig av information som individen redan har införskaffat och att informationsutbytet sker både aktivt och mindre aktivt. Vi framhåller att individen i detta tema ses som en avsändare som delar med sig av den information som individen redan besitter, dels för att upplysa andra hembryggare om sin egen bryggningsprocess, recept, råvaror eller utrustning och dels för att hjälpa hembryggare att avancera inom hobbyn: här kan hembryggaren axla rollen som mentor. Ett illustrerande exempel på en respondent som faller under det första temat är Pontus. Han framhåller att det är självklart att dela med sig av information i form av både misstag och framgångar: “hembryggningscommunityn har alltid varit väldigt öppen och vänlig och man delar recept och man hjälps åt att klura på lösningar och sådär”. Eftersom Pontus är mest socialt aktiv på Facebook delar han gärna med sig av information i hembryggargruppen: nyligen hade han testat en teknisk pryl och delat med sig av sina erfarenheter i gruppen. Det var ingen som explicit hade frågat om just den tekniska prylen, men Pontus ser informationsutbyte som ett sätt att hålla Facebookgruppen vid liv och betonar att om ett inlägg genererar många kommentarer eller en längre diskussion så har han “ju iallafall bidragit med någonting”. Vidare berättar han att han också delar med sig av information och erfarenheter när personer som är nybörjare ställer frågor i Facebookgruppen, eftersom han känner att han *kan* hjälpa till. Detta visar att Pontus fungerar som mentor åt nybörjare för att hjälpa dem i hobbyutövandet genom att dela med sig av sina erfarenheter och kunskaper, i samma anda som de erfarna historiska återskaparna hos Robinson och Yerbury (2015) som agerar mentorer åt nybörjare. Även Stefan berättar att han vid enstaka tillfällen delat med sig av information i en diskussionstråd i Facebookgruppen och att detta skedde då han hade erfarenheter av en lite mer ovanlig teknisk pryl någon annan hade en fråga om. Ovanstående är ett tydliga exempel på vad Talja och Hansen (2006) kallar för *social browsing*, vilket är en form av indirekt samarbete där en individ publicerar en fråga i ett forum och får hjälp i form av kunskaper från en annan individ. Vi ser också i Pontus fall exempel på en variant av *social browsing*: han publicerar erfarenheter och kunskap utan att det finns en specifik mottagare eller någon som frågar, vilket blir ett sätt att bidra till en gemensam kunskapsbank för medlemmarna i Facebookgruppen. Båda varianterna av

social browsing blir ett sätt för hjälparen att vara delaktig i andras informationssökning, direkt och indirekt. Här kan paralleller också dras till de fanfiktionskribenter som i Hill och Pecoskies (2017) studie driver webbsidor som fungerar som plattformar för fanfiktionskribenter att hjälpa andra fanfiktionskribenter. Facebookgruppen som Pontus och Stefan är medlemmar i agerar som en språngbräda för hembryggare att hjälpa andra individer med deras informationsbehov och vice versa.

Bertil, Kjell och Anders utbyter mycket information, främst ansikte-mot-ansikte men också i de privata sammanslutningarna de är med i på Facebook. "Om det är någon som frågar så delar man ju med sig, det gör man ju" säger Kjell och syftar på de recept han har skapat. I Kjells och Anders diskussion om informationsutbyte framkommer vikten av att ha sitt recept redo och tillgängligt på hembryggarträffar där bryggarna låter andra provsmaka deras öl, eftersom det alltid är någon som frågar vad de har haft för ingredienser och i vilka proportioner. Här ser vi vikten av att dela med sig av den egna informationen till andra, där receptmakarna är avsändare av information. Både Kjell och Anders framhåller att det är självklart att utbyta information inom gruppen och understryker dessutom att informationsutbytet är nödvändigt för att utvecklas inom hobbyn samt för att få kunskap och erfarenhet till sitt eget bryggande. Här kan vi se en kombination av de två teman då respondenterna både *delar med sig av* egen information och *tar del av* andras information vilket leder till ett ömsesidigt informationsutbyte som sker inom en social grupp där respondenterna är medlemmar i. Detta ömsesidiga informationsutbyte kan vi även skönja hos Stefan som berättar att det under träffarna med bryggarvännerna utbyts en del information gruppmedlemmarna emellan. Det både pratas om öl och utbyts recept och dessutom brukar de provsmaka varandras öl och jämföra dem, vilket kan ses som att de utbyter informationsresurser med varandra i syfte att förbättra den egna brygden.

Joakim delar med sig av information till andra hembryggare ansikte-mot-ansikte då de träffas och pratar om hembryggning och utbyter upplevelser kring hobbyn, exempelvis vad de brygger, hur det har gått och om det blev som de hade tänkt sig. Dock är detta inget som sker regelbundet såsom vi kan se hos Bertil, Kjell och Anders som systematiskt utbyter information socialt ansikte-mot-ansikte eller hos Pontus som flitigt delar med sig av information på sociala medier.

5.4.2 Ta del av information

Det andra temat består i att samtliga respondenter *tar del av* information från andra hembryggare. Detta kan kopplas till den envägsprocess som Talja och Hansen (2006, s.113) tillför människors generella informationsbeteende som omfattar att individen konsulterar andra individer. Vi tolkar att denna envägsprocess i förlängningen inte inbegriper ett utbyte av information fram och tillbaka mellan två eller flera individer utan att individen är en slags mottagare som endast tar del av den information som andra förser individen med, antingen direkt eller indirekt. När denna studies respondenter *tar del av* information sker det på två sätt: dels genom att andra ger information direkt och personligen till respondenterna genom exempelvis sociala informationsresurser ansikte-mot-ansikte i form av personal i ölbutiker eller mentorer, och dels genom att informationsutbytet sker i ett större sammanhang, exempelvis genom virtuella sociala informationsresurser som internetforum och sociala medier och således indirekt till respondenterna. Ett tydligt exempel som faller under det andra temat

är då Joakim berättar att han avstår från att utbyta information och erfarenheter med andra på nätet, dels då han känner att han inte skulle bidra med någonting nytt och dels då han påstår att hans informationsbidrag skulle försvinna i mängden av all annan information. Vi kan se att Joakim skiljer sig från övriga respondenter i att han inte utbyter information regelbundet utan hellre *tar del av* den information som andra bryggare delar med sig av, vilket nästan uteslutande sker genom informationsutbyte i ett större sammanhang genom virtuella sociala informationsresurser.

5.4.3 Samarbete och uppdelning av arbete

Informationssökningen som leder till ett färdigt recept är oftast något som respondenterna ägnar sig åt på egen hand, delvis på grund av att själva bryggningen oftast också sker på egen hand. Endast Bertil, Kjell och Anders brygger mer eller mindre regelbundet tillsammans med andra bryggare men endast Kjell och Anders samarbetar även inför de gemensamma bryggningarna. Deras samarbete handlar om att de pratar ihop sig på föreningsmöten så att alla som ska brygga tillsammans är med på vad de ska brygga, vilka råvaror de ska använda och hur stor batch de ska göra, vilket kan ses som en form av informationsutbyte i relation till att lösa en uppgift tillsammans. De framhåller dock att det är svårt att enas om vem som ska göra vad vilket resulterar i många och långa diskussioner i uppemot ett halvår kring receptskapande och vem som gör vad innan recept eller arbetsfördelning fastställs. Diskussionerna brukar utmynna i att de antingen delar upp arbetet med att skapa själva receptet och inhandla råvarorna eller att en person bestämmer och gör allt och att de andra "får bara finna sig i det", eftersom de hävdar att det inte blir roligt att kompromissa ihop en öl. På det sättet kan vi se att samarbetet mellan bryggarna är av ett annat slag än det som Talja och Hansen (2006, s.114) beskriver som samverkande informationssökning, vilket omfattar ett samarbete mellan individer mot ett gemensamt mål där samarbetet endast handlar om att söka efter information. En sådan gemensam informationssökning för att skapa ett gemensamt recept framkommer inte hos Kjell och Anders.

5.4.4 Information som *inte* utbyts med andra

I våra respondenters utsagor ser vi inte heller exempel på hobbyspecifik information som *inte* ska eller bör utbytas med andra hembryggare. Vi ser ett informationslandskap som generellt är öppet och tillåtande mot såväl nybörjare som experter, och där information utbyts både ansikte-mot-ansikte och virtuellt. Utbyte av recept ses så självklart att alla, även medaljörer i SM i hembryggning, *ska* dela med sig av sina recept. Vad som ligger till grund för detta kan vi inte med exakthet dra några större slutsatser kring mer än att vi antar att bryggare hjälper varandra för att de i slutändan vill att alla ska kunna dricka ett så gott öl som möjligt. Vi funderar på om informationsutbyte sker i den utsträckning det gör för att bryggningen sker i en icke-kommersiell kontext. Det vi med säkerhet kan konstatera är att informationsutbyte inom hembryggning för våra respondenter är norm och inte undantag, trots att utbytet sker i olika utsträckning och i olika kontexter.

6 Diskussion och slutsatser

I detta kapitel diskuteras uppsatsens resultat och slutsater i relation till tidigare forskning och teoretiska begrepp. Detta redovisas forskningsfråga för forskningsfråga. Vidare förs en kritisk diskussion kring vår metod och utförandet av studien. Slutligen ges förslag på framtida forskning.

6.1 Vilka informationsresurser hembryggare använder

Utifrån Lloyds (2006) tre kategorier av informationsresurser kan vi belägga att hembryggare använder sig av en blandning av skriftliga, sociala samt fysiska informationsresurser både för att finna relevant information för deras hobby samt för att utveckla kunskaper och erfarenhet. Öl är den viktigaste informationsresursen för hembryggarna i vår studie i form av provsmakningen av eget hembryggt öl, andras hembryggda öl samt kommersiellt bryggt öl. Konsumtionen av öl leder till att hembryggarna utvecklar en egen *smak* som fungerar som en målbild och erfarenhet för framtida bryggningar. Erfarenhet i form av flertalet utförda bryggningar är också en viktig fysisk informationsresurs för bryggarna: genom de fysiska erfarenheter bryggarna går igenom under en bryggning lär sig hembryggarna att omsätta de teoretiska kunskaper de har i praktiken och således utvecklar respondenterna i vår studie en informationskompetens för bryggning genom att brygga. Således kan vi fastslå att Lloyds (2006) informationslandskap kan användas för att kategorisera de informationsresurser som ölbryggarna använder samt förklara ölbryggarnas informationsbeteende i vår studie. Vidare har vi också kunnat konstatera att sociala medier såsom Facebook och forum kan kategoriseras på flera sätt, vilket Lloyds teoretiska begrepp inte är utformat för att klassificera. Vi har valt att kategorisera sociala medier som en virtuell social informationsresurs, vilket vi ser som en anpassning och vidareutveckling av Lloyds teoretiska begrepp. Det går givetvis att kategorisera sociala medier som en skriftlig informationsresurs, men vi anser vårt förfarande vara ändamålsenligt då det täcker in de sociala mediernas sociala natur.

Att sociala resurser ansikte-mot-ansikte lyfts fram av respondenterna i den omfattning vi kan skönja överensstämmer med de resultat Prigoda och McKenzie (2007) samt Robinson och Yerbury (2015) visar kring vikten av en grupp som agerar som mentorer. Vi ser också att onlinegrupper agerar som mentorer och stöd i hembryggarsammanhang, vilket samstämmer med resultaten i Fultons (2009) studie. Vidare kan vi i vår studie skönja ett samband mellan ålder och preferens att dela med sig av information ansikte-mot-ansikte, vilket kan ha att göra med att yngre människor generellt använder sociala medier i högre utsträckning. Dock använder de äldre i vår studie också Facebook, men väljer att använda det som en plattform för redan etablerade grupper som existerar i den fysiska verkligheten. Vad detta beror på hade varit intressant att utveckla med respondenterna.

6.2 Vilka informationsaktiviteter hembryggare är inbegripna i

Vi kan konstatera att studiens hembryggare är inbegripna i de flesta av momenten i Hartels (2006) modell, om än med några förbehåll: i sina utsagor lägger respondenterna mindre vikt vid momenten *införskaffa* och *förbereda* och mer vikt vid momenten *utforska/inspiration*, *planera*, *genomföra* och *utvärdera*. Vi kan också se stora likheter i vilka informationsaktiviteter både hembryggarna och gourmetkockarna ägnar sig åt i

relation till momenten i respektive hobby. Medan momentet *genomföra* är en viktig del i bryggningsprocessen kan vi se att respondenterna inte interagerar med särskilt många informationsresurser i denna fas, däremot är de engagerade i informationsaktiviteterna *läsa* recept, *smaka*, *röra* och *tillsätta* råvaror. De två viktigaste momenten för respondenterna i förhållande till deras informationsbehov och konsultationen av informationsresurser är momenten *utforska*, *planera* och *utvärdera*. Respondenterna söker ofta efter andras recept och bryggningsupplevelser för att själva bli inspirerade till att brygga, men dessa sökningar fungerar även som inspiration inför utformningen av ett eget recept till bryggningen. Vi kan konstatera att receptskapandet är en central informationsaktivitet i hembryggningshobbyn och att den är relativt utmanande för hembryggarna. I utformningen av ett recept använder respondenterna de tre kategorierna av informationsresurser som Lloyd (2006) beskriver samt förmågan att utifrån sin egen erfarenhet och utvecklad smak kunna läsa andras recept kritiskt. Dessa informationsresurser är oumbärliga i den erfarna hembryggarens informationssökning i detta skede och gör att respondenten kan förhålla sig självständigt till de recept han hittar och därefter kan utforma receptet utifrån de råvaror han själv föredrar och vet fungerar. De informationsaktiviteter som är mest framträdande i dessa moment är att *söka* inspiration, *söka*, *läsa* och *jämföra* recept, *prata* med andra hembryggare samt *skapa* eget recept. Detta överensstämmer med de informationsaktiviteter som gourmetkockarna som undersöks av Hartel (2006) ägnar sig åt. Då respondenterna dricker sin egen öl sker även en utvärdering av slutprodukten där respondenterna kan använda sig av de fysiska informationsresurserna smak och doft samt den egna erfarenheten för att se om slutprodukten har hamnat i närheten av målbilden. Denna utvärdering förser respondenterna med ny kunskap som kan vara användbar vid framtida bryggningar. Flera av respondenterna i denna studie får respons på sin slutprodukt i form av kollegial granskning från andra hembryggare som dricker respondenternas öl. Här kan vi se likheter mellan respondenterna i vår studie och med gourmetkockarna som undersöks av Hartel (2006). Vi kan dock se en större överensstämmelse med de fanfiktionskribenter som Hill och Pecoskie (2017) undersöker, där responsen från andra hembryggare ger våra respondenter insikter och ny kunskap och gör att respondenterna utvecklas i sin hobbyutövning, samtidigt som de får bekräftelse på att de har skapat bra slutprodukter som uppskattas av andra. De informationsaktiviteter vi ser att respondenterna ägnar sig åt i detta moment är *provsmaka* den egna och andras öl samt att *ge och få respons*.

Robinson och Yerburys (2015) resonemang om autenticitetens nyckelroll för historiska återskapare och deras informationsbeteende går stick i stäv mot vad några av hembryggarna uppger i vår studie, då dessa har en betydligt mer avslappnad relation till att förhålla sig till ett upplevt original. Detta finner vi i sammanhanget intressant att lyfta eftersom det skiljer sig mot vad vi innan intervjuerna trodde om hembryggares förhållande till att brygga stiltypiskt. Vår bristande förförståelse bottnar antagligen i vår förberedande efterforskning, som dels bestod i att läsa ett stort antal artiklar i SHBF:s wiki, bland annat stiltypsdefintionen, för att bekanta oss med hembryggares informationsresurser. Dessutom läste vi en del receptböcker om att brygga öl, vilket ledde till att vi trodde att bryggare likt hembagare eller amatörkockar tar ett recept från en resurs och om inte kopierar receptet rakt av förhåller sig mer strikt till ett recept. Hembryggarnas mer kreativa förhållande till att brygga stiltypiskt bottnar i att hembryggning kan vara en oerhört kreativ hobby mer än att bara följa SHBF:s stiltypsdefintion, vilket vi förstått av våra respondenters utsagor under intervjuerna och

kan sammanfattas med följande: hembryggare *skapar*, historiska återskapare *återskapar*.

6.3 Hur hembryggare utbyter information med andra hembryggare

Vi kan konstatera att hembryggarcommunityn i stort lyfts fram av våra respondenter som vänligt och hjälpsamt mot både experter och nybörjare. Informationsutbyte mellan hembryggarna ses som nödvändigt både för att hitta en väg in i hobbyn, för att utvecklas och kunna verka på en högre nivå av hembryggning. Genom analysen kan vi fastställa två teman i förhållande till respondenternas informationsutbyte: 1) Då respondenterna *utbyter* information sker det både virtuellt och ansikte-mot-ansikte. Vi har kunnat konstatera att respondenterna under detta tema kan ses som avsändare som mer eller mindre aktivt delar med sig av information i form av recept och upplevelser av såväl bryggning som teknisk utrustning till andra hembryggare och att respondenterna i detta avseende fungerar som mentorer för nybörjare inom hobbyn. Detta korrelerar med Robinsons och Yerburys (2015) samt Prigoda och McKenzies (2007) slutsatser om både de erfarna historiska återskaparna samt stickningsentusiasterna som fungerar som mentorer för nybörjare inom hobbyn. Vi kan även se en överensstämmelse mellan det Talja och Hansen (2006) definierar som informationsutbyte då våra respondenter delar med sig av information de redan besitter. En annan form av informationsutbyte yttrar sig i att ett par respondenter svarar på andras frågor och själva publicerar information utan en specifik mottagare på sociala medier, och kan därigenom hjälpa andra hembryggare att lyckas med sina bryggningar. Detta bekräftar det som Talja och Hansen (2006) beskriver som *social browsing*, den form av indirekt samarbete där individer hjälper varandra utan att direkt vara delaktiga i varandras projekt. Vi kan också se ett liknande skeende hos Hill och Pecoskie (2017). 2) Vi har identifierat en annan form av informationsutbyte som handlar om att respondenterna något passivt *tar del av* information snarare än att aktivt dela med sig. Här kan vi se en viss överensstämmelse med det som Talja och Hansen (2006) beskriver som ett generellt informationsbeteende där individer konsulterar andra och att detta är en envägsprocess. Vi kan utifrån Talja och Hansens (2006) teoretiska begrepp se ett annat sätt att se på informationsutbyte då vi påstår att när en individ *tar del av* information fungerar individen som mottagare av det som andra hembryggare delar med sig av och att detta sker utan ett ömsesidigt utbyte mellan parterna som delar med sig av respektive tar del av informationen.

Information utbyts i olika utsträckning beroende på de olika sociala kontexter som respondenterna verkar i. De respondenter som huvudsakligen verkar inom en fysisk social kontext med föreningar och bryggarvänner föredrar att dela med sig av och ta del av information ansikte-mot-ansikte medan de respondenter som huvudsakligen verkar inom en virtuell social kontext föredrar att utbyta och ta del av information online genom sociala medier och forum.

Eftersom hembryggarna i studien generellt utformar recepten själva efter eget huvud ser vi inga exempel på vad Talja och Hansen (2006) kallar för samverkande informationssökning, och vi kan också konstatera att vi inte uppfattar samverkande informationssökning hos de två respondenter som ibland brygger tillsammans då receptskapandet inför deras sambryggningar oftast slutar med att en av gruppmedlemmarna får i uppdrag att utforma receptet. Enligt respondenterna är det

svårt att enas om ett recept, vilket vi tror har att göra med att det kan vara svårt att enas om preferenser och för att återkoppla till den individuella smak respondenterna utvecklar i interaktion med öl blir det svårt att kombinera flera smaker till *en* smak utan att det ger avkall på slutprodukten. Slutligen är det intressant att ingen av respondenterna framhåller att det finns information de *inte* vill dela med sig av, och det är mycket möjligt att så är fallet då vi uppfattat hembryggargemenskapen i stort som en social gemenskap där informationsutbyte är norm. Däremot är vi medvetna om det faktum att vi inte uttryckligen frågade huruvida det fanns information som respondenterna inte utbytte är en brist i sammanhanget.

6.4 Kritiska reflektioner kring metod och utförande

Samtliga respondenter har i sina svar och utsagor bidragit med empiri som bidragit till studiens resultat och analys. Däremot har de givit olika långa utsagor och graden av uttömmande svar har oundvikligen varierat, vilket har givit en viss skevhet i resultat- och analysdelen då vissa respondenter givits mer plats än andra. Vi tillskriver detta intervjumetodens inneboende kvalitativa natur samt att samma intervjufrågor ställts till individer med olika sätt att både söka och ta till sig information. Graden av utförliga svar blir en ofrånkomlig konsekvens av ovanstående.

Vidare hade vår omarbetning av Hartels (2006) modell några brister, vilket vi upptäckte under intervjuerna då respondenterna påpekade faktafel, framför allt i stegen i bryggningsprocessen som vi hade hämtat från Nationalencyklopedin (Nordlöv, u.å) men som beskrev en kommersiell bryggningsprocess snarare än den omfattande hembryggningen på hobbynivå. Vi valde dock att behålla vår omarbetning av modellen i orginalutförande under alla intervjuer för jämförbarhetens skull och för att respondenterna skulle ha något gemensamt att utgå ifrån. Förberedelserna är med i bryggningsprocessen även om flera respondenter betonade att de inte förberedde så mycket innan bryggningen utan att exempelvis diska flaskor görs ca en vecka efter bryggningen. Flaskning har vi inte beskrivit i modellen vilket i efterhand är en stor brist. Vi insåg också under intervjuerna att vi borde ha bytt plats på steg 9, tappning och steg 7, lagring. Vi tillstår att dessa brister kommer från en lucka i vår förförståelse för hobbyn och bottnar i att vi inte själva utövar hembryggning. Vidare fungerade modellen ändå ändamålsenligt, eftersom samtliga respondenter höll med om att vår omarbetning av Hartels (2006) modell stämde sånär som på enstaka detaljer och det gav också respondenterna möjlighet att demonstrera sina kunskaper om bryggning. Vi såg också en poäng med att använda en generell process då det finns ett flertal bryggmetoder som hembryggare kan begagna sig av. Det hade varit svårt att utforma och anpassa en modell som tagit hänsyn till specifika metoder som exempelvis *brew in a bag* eller hink-i-hink. Modellen fungerade dock bra såtillvida att respondenterna fick något att förhålla sig till i sina utsagor kring hur en bryggning kan gå till, vilket var till stor hjälp under kodning och analysarbete. Vi anser även att det är viktigt för framtida forskning att korrigera vår omarbetning av Hartels (2006) modell om samma eller andra liknande hobbyer ska utforskas. Med mer tid och möjlighet till att röra oss utanför Västsverige hade vi med största sannolikhet kunnat komma i kontakt med fler hembryggare i fler och olika sociala kontexter och som svarade till studiens urvalsram.

Att vi själva inte brygger kan ses som fördelaktigt: vi upplever att vår ofullständiga förförståelse för bryggning medfört att vi kunnat hålla ett visst kritiskt avstånd till

respondenterna och därmed har det också varit lättare att inta en forskarroll jämfört med om vi bryggt själva. Vidare har våra bristande erfarenheter kring bryggarkonsten medfört att respondenterna ibland under intervjuerna behövt förklara eller förtydliga vad och varför de söker eller använder information på ett visst sätt, vilket har tydliggjort och belyst aspekter av deras informationsbeteende som kanske inte hade framgått om vi direkt förstått vad respondenterna talat om. Detta har också resulterat i att våra kunskaper om ölbryggning under studiens gång har ökat markant, vilket varit till hjälp under kodning och analysförfarande. Däremot hade det givetvis underlättat för vår egen del om vi hade haft mer och djupare kunskaper vid studiens start då tid och resurser som gick till att läsa in sig om hembryggning hade kunnat läggas på att förbättra studien i stort.

6.5 Förslag på framtida forskning

Studiens syfte har varit att nå kunskap om vilka informationsresurser hembryggare använder samt hur hembryggare söker, använder och utbyter information om sin hobby. Vår explorativa studie kan ses som en språngbräda till framtida forskning med både kvantitativ samt kvalitativ ansats. Ett sätt att bygga vidare på vår studie skulle vara att utföra deltagande observationer när hembryggarna brygger, vilket skulle kunna vara ett sätt att fånga de informationsaktiviteter som sker under själva bryggandefasen. Vidare kan vi i vår studie skönja ett samband mellan ålder och preferens att dela med sig av information av ansikte-mot-ansikte, men det är inget vi med säkerhet kan säga med säkerhet spelar in på grund av studiens kvalitativa natur. Ett eventuellt samband mellan ålder och informationsutbyte hade också varit givande att utforska i framtida studier. Det hade också varit intressant att undersöka vilka informationsresurser kommersiella makro- och mikrobryggerier använder, då deras öl agerar som både trendsättare och informationsresurs att förhålla sig till för respondenterna i vår studie. Förutsatt att kommersiella bryggare brygger för att tjäna pengar på sin produkt hade det varit intressant att utforska graden av informationsutbyte hos kommersiella bryggare, och om det går att skönja skillnader mellan makro- och mikrobryggares förhållningssätt till att utbyta information då information kan ses som en handelsvara.

Källförteckning

American Library Association. (2000). Information literacy competency standards for higher education. Hämtad från https://alair.ala.org/bitstream/handle/11213/7668/ACRL%20Information%20Literacy%20Competency%20Standards%20for%20Higher%20Education.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Brewers of Europe. (2018). *Beer statistics: 2018 edition*. Hämtad från https://brewersofeurope.org/uploads/mycms-files/documents/publications/2018/EU-beer-statistics-2018-web.pdf

Brinkmann, S. (2013). *Qualitative interviewing*. New York: Oxford University Press.

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. (2., [rev.] uppl.) Malmö: Liber.

Case, D, O. (2009). Serial collecting as leisure, and coin collecting in particular. *Library Trends, 57*(4), 729-752. doi:10.1353/lib.0.0063

Case, D. O., & Given, L. M. (2016). *Looking for information: a survey of research on information seeking, needs, and behavior* (4. uppl.). Bingley: Emerald.

Datainspektionen. (u.å). Dataskyddsförordningen (GDPR). Hämtad 2019-05-13 från https://www.datainspektionen.se/lagar--regler/dataskyddsforordningen/

Duarte Alonso, A., Alexander, N., & O'Brien, S. (2018a). 'Every brew is a challenge and every glass of a good beer is an achievement': home brewing and serious leisure. *Leisure/Loisir, 42(*1), 93-113. doi:10.1080/14927713.2017.1414628

Duarte Alonso, A., Alexander, N., & O'Brien., S. (2018b). Networking, collaboration and home brewing: an exploratory study. *Loisir et Société / Society and Leisure, 41*(1), 130-153. doi:10.1080/07053436.2018.1438801

Eronsson, P. M. (2017, 30 november). Hembryggarfamiljen. *C/O HOPS*. Hämtad från https://cohops.se/hembryggarfamiljen/

Fulton, C. (2009). Quid pro quo: information sharing in leisure activities. *Library Trends, 57*(4), 753-768. doi:10.1353/lib.0.0056

Hartel, J. (2006). Information activities and resources in an episode of gourmet cooking. *Information Research, 12*(1). http://www.informationr.net/ir/12-1/paper282.html

Hartel, J. (2011). Information in the hobby of gourmet cooking: four contexts. I W. Aspray & B. Hayes (Red.), *Everyday information: the evolution of information seeking in America* (s. 217-248). Hämtad från https://ebookcentral.proquest.com/lib/boras-ebooks/reader.action?docID=3339219&ppg=224

Hektor, A. (2001). *What's the use?: internet and information behavior in everyday life*. (Doktorsavhandling, Linköpings universitet, Linköping, Linköping studies in arts and science 240).

Hill, H., & Pecoskie, J. J. L. (2017). Information activities as serious leisure within the fanfiction community. *Journal of Documentation, 73*(5), 843-857. doi:10.1108/JD-04-2016-0045

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun* (3. [rev.] uppl.). Lund: Studentlitteratur.

Lloyd, A. (2006). Information literacy landscapes: an emerging picture. *Journal of Documentation, 62*(5), 570-583. doi:10.1086/517844

Lloyd, A. (2010). *Information literacy landscapes: information literacy in education, workplace and everyday contexts*. Oxford: Chandos.

Lloyd, A. (2014). Building information resilience: how do resettling refugees connect with health information in regional landscapes - implications for health literacy. *Australian Academic & Research Libraries, 45*(1), 48-66. doi:10.1080/00048623.2014.884916

Lloyd, A., Kennan, M. A., Thompson, K. M., & Qayyum, A. (2013). Connecting with new information landscapes: information literacy practices of refugees. *Journal of Documentation, 69*(1), 121-144. doi:10.1108/00220411311295351

Lundh, A. H., Limberg, L., & Lloyd, A. (2013). Swapping settings: researching information literacy in workplace and in educational contexts. *Information Research, 18*(3). Hämtad från http://www.informationr.net/ir/18-3/colis/paperC05.html#.WnGuDZOdWu4

Luo, L., & Wildemuth, B. M. (2017). Semistructured interviews. I B. M. Wildemuth (Red.), *Applications of social research methods to questions in information and library science* (2., [omarb. och utvidgade] uppl., s. 248-257). Santa Barbara: Libraries Unlimited.

Murray, D. W., & O'Neill, M. A. (2015). Home brewing and serious leisure: exploring the motivation to engage and the resultant satisfaction derived through participation. *World Leisure Journal, 57*(4), 284-296. doi:10.1080/16078055.2015.1075899

Nordlöv, H. (u.å.). Bryggeriteknik. I *NE.se*. Hämtad från https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/bryggeriteknik

Olson, E. D., Murphy, K. S., & Ro, H. (2014). An exploratory study of home brewers' motivational factors. *Journal of Foodservice Business Research, 17*(3), 228-241. doi:10.1080/15378020.2014.926740

Perryman, C. L., & Wildemuth, B. M. (2017). Studying special populations. I B. M. Wildemuth (Red.), *Applications of social research methods to questions in information and library science* (2., [omarb. och utvidgade] uppl., s. 145-151). Santa Barbara: Libraries Unlimited.

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. doi:10.1108/00220410710723902

Robinson, J., & Yerbury, H. (2015). Re-enactment and its information practices; tensions between the individual and the collective. *Journal of Documentation, 71*(3), 591-608. doi:10.1108/JD-03-2014-0051

Stebbins, R. A. (2009). Leisure and its relationship to library and information science: bridging the gap. *Library trends, 57*(4), 618-631. doi:10.1353/lib.0.0064

Svenska hembryggareföreningen. (2015). *Öltypsdefinitioner 2015*. Hämtad från https://www.shbf.se/documents/typdefs/Oltypsdefinitioner-2015.pdf

Svenska hembryggareföreningen. (2016). Svenska hembryggarföreningen - SHBF. Hämtad 2019-04-08 från http://www.shbf.se/foreningen

Svenska hembryggareföreningen. (2019). SM i hembryggd öl 2019. Hämtad 2019-04-08 från http://www.shbf.se/sm-i-hembryggd-oel-2019

Talja, S., & Hansen, P. (2006). Information sharing. I A. Spink & C. Cole (Red.), *New directions in human information behavior* (s. 113-134). Dordrecht: Springer.

Trolldal, B., & Leifman, H. (2018). *Alkoholkonsumtionen i Sverige 2017* (Rapport 175). Hämtad från Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysnings webbplats: https://www.can.se/contentassets/00aedc7994c94a34b2f35880ba8e1083/alkoholkonsumtionen-i-sverige-2017_webb.pdf

Trost, J., & Hultåker, O. (2016). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.

Vetenskapsrådet. (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Hämtad från http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf

Young, T. W. (2018). Beer. I *Encyclopaedia Britannica*. Hämtad från https://www.britannica.com/topic/beer

Zhang, Y., & Wildemuth, B. M. (2017). Qualitative analysis of content. I B. M.

Wildemuth (Red.), *Applications of social research methods to questions in information and library science* (2., [omarb. och utvidgade] uppl., s. 318-329). Santa Barbara: Libraries Unlimited.

Bilaga 1: Intervjuguide

Intervjuguide
Innan intervjun börjar

- Syftet med studien: skriva vår uppsats. Vi är intresserade av var och hur hembryggare hittar och använder information för sin hobby. Du är utvald på grund av att du har den hobby du har.

- Du har rätt att dra dig ur när du vill, du behöver inte svara på alla frågor om du inte vill, vi kommer att anonymisera dig i studien (byta namn), datan kommer att behandlas på ett sätt så att obehöriga inte får tag på den, det du säger i intervjun kommer bara att användas för syftet med studien. Inspelningen kommer att raderas när vi är klara med uppsatsen.

- Du kommer att få ta del av uppsatsen när den är klar och vi kommer också skicka intervjun till dig så att du kan godkänna den.

- Vi vill också understryka att det inte finns något rätt eller fel svar, det är inget läxförhör, utan att det vi är intresserade av är att veta hur just du gör eller hur du resonerar kring ölbryggning.

Personlig information - berätta lite om dig själv!

1. Hur gammal är du?
2. Hur började hobbyn?
3. Hur länge har du bryggt?
4. Hur ofta brygger du?
5. Vilken eller vilka sorters öl gillar du att brygga? *Följdfråga: varför?*
6. Varför gillar du att brygga?

Informationsaktiviteter: bryggningsprocessen

1. Det här är en modell över hur en bryggning **kan** se ut från att man får inspiration till att man förbereder, brygger och utvärderar *visa modellen*
2. Känner du igen dig?
3. Varför/varför inte?
4. Vi skulle vilja att du berättade om en bryggning du gjort ganska nyligen, börja med beslutet att brygga och ta oss igenom samtliga steg fram till och med provsmakning. Berätta gärna hur du tänkte och resonerade kring bryggningen. Du får gärna utgå från den här modellen som vi tänker oss kan vara till hjälp ifall du vill, men du måste inte.

Informationsresurser
Nu tänkte vi gå in på hur och var du söker information och inspiration till bryggandet. Vi har ett par frågor om att hålla sig uppdaterad om bryggande och om att hitta recept och tips. Du kan beskriva hur du gör generellt, men kom gärna med specifika exempel om du kan.

1. Hur får du nya bryggidéer?

2. Vad eller vem inspireras du av i ditt bryggande?
3. Brukar du hålla dig uppdaterad om trender inom bryggning?
4. Om ja: hur gör du?
5. Om nej: varför inte?
6. **Var** hittar du recept eller information för bryggning som du tycker är relevant?
7. **Hur** hittar du recept eller information för bryggning som du tycker är relevant?
8. Hur bedömer du att ett recept eller någon information är relevant för dig?
9. Finns det någon information som är särskilt viktig för dig? *Följdfråga:* hur hittar du den? Person eller skriftlig källa?
10. Hur använder du recept under bryggningsprocessen? *Följdfråga för förtydligande*: Följer du recept till punkt och pricka eller finns det utrymme för improvisation?
11. Hur dokumenterar du dina bryggningar? *Följdfråga för förtydligande*: Har du eller skapar du en receptsamling?
12. Tar du hjälp av någon eller något när du brygger?
13. Har du kontakt med andra bryggare? I så fall: varför/varför inte?
14. Använder du forum/communities/appar? Följdfråga: varför/varför inte?
15. Isåfall: Brukar du dela information med andra bryggare? Om ja: vilken information och i vilka sammanhang? Följdfråga: varför/varför inte?
16. Delar andra bryggare information med dig?

Har vi **inte** ställt någon fråga som du trodde att vi skulle fråga?

Är det okej om vi hör av oss om vi kommer på fler frågor under genomlyssning av intervjun?

Bilaga 2: Modell över bryggningsprocessen

Bilaga 3: Missivbrev

HÖGSKOLAN I BORÅS
VETENSKAP FÖR PROFESSION

Hej!

Vi heter Judit Andersson och Hanna Horn och läser sista året på Bibliotekarieprogrammet vid Högskolan i Borås. Just nu skriver vi vår kandidatuppsats som handlar om hur hembryggare av öl söker och använder information som är kopplat till ölbryggningen. Vi vill försöka förstå vilken information och vilka källor som är intressanta och viktiga för att utföra ölbryggningen, samt var och hur hembryggare hittar information och källor.

Kandidatuppsatsen kommer att baseras till stor del på intervjuer av både kvinnliga och manliga ölbryggare på hobbynivå, med andra ord är vi intresserade av personer som inte verkar på en kommersiell nivå utan brygger öl hemma på fritiden. Vi vill gärna att du ska ha varit engagerad i ölbryggning under en längre tid och att du brygger hyfsat ofta. Vi beräknar att intervjua 6-7 personer och att intervjuerna tar ca 45-60 minuter. Intervjuerna kommer att spelas in och du behöver ge ditt godkännande till detta. Därefter kommer intervjuerna att skrivas ner. Vi förstår att de uppgifter vi samlar in kan vara känsliga att dela med sig av och att det kan kännas utelämnande att berätta om sig själv, men vi kommer att behandla och förvara dina personuppgifter på ett sådant sätt att inga obehöriga kan ta del av dem. Om du skulle ångra din medverkan är det självklart möjligt att avbryta deltagandet före, under eller efter intervjun.

Intervjuerna är planerade att genomföras under vecka 17 och 18. Helst bor du i Borås eller Göteborg med omnejd, vi kan ta oss till dig.

Vi är mycket intresserade av att ta del av dina upplevelser! Är du intresserad av att delta får du gärna höra av dig med förslag på tider för intervjun. Du får även gärna höra av dig om du har frågor eller funderingar.

Med vänliga hälsningar

Judit Andersson
Telefon:
Mail:

Hanna Horn
Telefon:
Mail:

Handledare
Mats Dahlström
Mail:

Malin Ögland
Mail:

Bilaga 4: Facebookefterlysningar

Skickat i en mindre Facebookgrupp med enbart kvinnliga eller icke-binära medlemmar
Hej! Jag heter Judit Andersson och läser biblioteks- och informationsvetenskap på Högskolan i Borås. Jag och en kurskamrat skriver en kandidatuppsats om hur människor i hobbykontexter söker och använder information för sin hobby. Vi skulle vilja intervjua dig som är hembryggare
av öl! Du ska ha bryggt i några år och brygger hyfsat regelbundet. Vi beräknar att intervjun som spelas in tar mellan 45 - 60 minuter. Helst bor du i/runt Borås- eller Göteborg med omnejd, vi kan ta oss till dig. Kontakta oss via mejl eller messenger om du är intresserad av att prata om dig själv och din hobby, för mer info se bifogad fil. Tack på förhand!

Skickat i den största svenskspråkiga Facebookgruppen för hembryggare

Hej! Jag och en kursare ska skriva en kandidatuppsats om hur hembryggare söker och använder information för sin hobby, vi skulle vilja intervjua ölbryggare som bryggt minst ett par år. Helst bor du i/runt Borås eller Göteborg. Är du intresserad, hör av dig via DM. Tack på förhand!

Bilaga 5: Samtyckesblankett för insamling och behandling av personuppgifter

Samtycke till insamling och behandling av uppgifter om dig

Som en del av vår kandidatuppsats vid Högskolan i Borås utför vi en studie med syftet att nå kunskap om vilka informationskällor hembryggare använder samt hur hembryggare söker, använder och delar information om sin hobby.

Vi som utför studien skulle vilja att du lämnar vissa uppgifter om dig själv, närmare bestämt din ålder och ditt kön.

Uppgifterna kommer att användas för att se ifall det finns ett samband mellan ålder och kön i förhållande till de informationskällor som används vid hembryggning.

Högskolan i Borås är personuppgiftsansvarig för behandlingen, som sker med stöd av artikel 6.1 (a) i dataskyddsförordningen (samtycke).

Uppgifterna kommer att användas av oss samt vara tillgängliga för lärarna på den aktuella kursen och centrala administratörer vid högskolan. Uppgifterna är dock allmänna handlingar som kan komma att lämnas ut i det fall någon begär det i enlighet med offentlighetsprincipen.

Uppgifterna kommer att lagras inom EU/EES och raderas när de inte längre är nödvändiga/senast vid betygsättning av den uppgift personuppgifterna ingår i.

Resultatet av studien kommer att sammanställas i avidentifierad form och presenteras så att inga uppgifter kan spåras till dig.

Du bestämmer själv om du vill delta i studien. Det är helt frivilligt att lämna samtycke, och du kan när som helst ta tillbaka ett lämnat samtycke. Dina uppgifter kommer då inte att användas mera. På grund av lagkrav kan högskolan dock vara förhindrade att omedelbart ta bort uppgifterna.

Jag samtycker till att uppgifter om mig samlas in och behandlas enligt ovan.

_____
Underskrift

_____
Namnförtydligande

_____
Ort och datum

Fylls i av ansvarig lärare eller handledare

_____
Studentens namn

_____
Kurs och kurstillfälle

_____
Kursansvarig (namn, avdelning)