

MOBILE MEDIER – MOBILE UNGE

Formidlingsrapport 02/05



Redigeret af:

Christian Østergaard Madsen

Gitte Stald

Udarbejdet af

Studerende og undervisere på projektet

Mobile medier – mobile unge

Film & Medievidenskab

Københavns Universitet

Februar 2005

INDHOLD:

Introduktion	5
<i>v/ Gitte Stald</i>	
Foreløbige fund	8
<i>v/ Christian Madsen</i>	
I. Adoption af ny mobilteknologi	19
<i>v/ Jacob Wieland & Kurt Holm Jensen</i>	
II. Mobiltelefonen, brugertyper og identitet.	24
<i>v/ Marianne Friis Kristiansen & Tina Gretlund</i>	
III. Brugerdreven innovation – et spørgsmål om funktioner?	31
<i>v/ Hans von Knut Skovfoged</i>	
IV. Presence – følelsen af tilstedeværelse	39
<i>v/ Signe Skovgaard Rasmussen & Anne Skov</i>	
V. Normativitet	47
<i>v/ Troels Fibæk Bertel</i>	
VI. Identitet og stil i sms beskeder	53
<i>v/ Christian Madsen</i>	
VII. Tillid og risiko	58
<i>v/ Gitte Stald</i>	
Bilag	69
Litteratur	76

FORTEGNELSE OVER FIGURER:

Foreløbige fund

1. Hvor ofte bruger du IRC?
2. Hvor ofte bruger du email?
3. Har du bredbånd?
4. Hvad bruger du mest?
5. Er der fastnettelefon i dit hjem?
6. Hvor mange sms henvendelser foretager du om dagen?
7. Hvor mange opkald foretager du om dagen?

I. Adoption af ny mobilteknologi

1. Befolkningens adaptation af ny teknologi
2. Forholdet mellem bagvedliggende faktorer og motiv

II. Mobiltelefonen, brugertyper og identitet

1. Månedligt forbrug på mobiltelefoni

III. Brugerdreven innovation – et spørgsmål om funktioner?

1. Hvad bruger du din mobil til?"

IV. Presence – følelsen af tilstedeværelse

1. Hvor mange timer er din mobil tændt dagligt?
2. Antal af respondenter med fastnettelefon i hjemmet
3. Bliver du generet af andres samtaler?
4. Hvor vigtig er din mobiltelefon for dig på en skala fra 0-10?
5. Hvor mange sms beskeder foretager du om dagen?

INTRODUKTION

Denne rapport er udarbejdet på baggrund af en undersøgelse af 15-24årige danskeres mobiltelefonbrug. Undersøgelsen blev foretaget i efteråret 2004 i forbindelse med et projekt på overbygningskurset *Mobile Medier, Mobile Unge* (MoMU) på Afdeling for Film- og Medievidenskab, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Københavns Universitet.

Grundlaget for projekt MoMU er at sætte fokus på betydningen af forholdet mellem *medier og mobilitet*. Vi ser nærmere på, hvordan mobile medier bidrager til ændringer i vores måder at indrette os på og vores måder at kommunikere på, både på et samfundsmæssigt niveau og i forhold til den enkeltes oplevelser og erfaringer. Mobile, digitale medier giver os mulighed for at sætte os ud over tid og sted i endnu højere grad end den traditionelle telefon, computer og Internet allerede har gjort. Uanset, om vi bevæger os over korte eller lange strækninger, konkret eller virtuelt, mellem forudbestemte destinationer eller tilfældigt, alene eller kollektivt, har vi hurtig og effektiv adgang til alle de informationer, vi kan tænkes at have brug for. For dybest set handler betydningen af mobile medier om, at *information* for alvor er blevet mobil – mennesker og medier har på en eller anden måde altid været det, men med de digitale, bærbare multimedier med høj datakapacitet og med optimale infrastrukturer har vi fået umiddelbar, omfattende adgang til information. Det er hastigheden, allestedsnærværelsen, graden af konvergens og selvfølgeligheden af kommunikation af information, der giver de mobile, digitale multimedier indflydelse på udviklingen i vores interaktionsmønstre og på den samfundsmæssige udvikling.

Kurset *Mobile Medier, mobile unge* havde to lag: et traditionelt teoretisk, analytisk forløb, samt et parallelt projektføreløb. På kursusdelen blev de studerende undervist i eksisterende teorier om mobilitet, kommunikation, identitetsdannelse, community, netværk og ungdomskultur samt i metode. I projektdelen designede og udførte de studerende og underviserne i fællesskab en undersøgelse af målgruppens brug af og holdninger til mobile medier.

Undersøgelsen omfatter 48 kvalitative, individuelle ligeligt fordelt på køn og de fire aldersgrupper 15-16årige, 17-19årige, 20-22årige og 23-24årige, samt en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse med 343 besvarelser. Den kvantitative undersøgelse er foretaget som klynge-analyse i interviewdeltagernes aldersgrupper og er ikke statistisk valid på grund af udvælgelsesstrategien, ikke-repræsentativ dækning af deltagere i forhold til demografisk fordeling samt et ikke optimalt antal deltagere i alle aldersgrupper. Der er dog taget skønsmæssige hensyn til fordeling af deltagerne i forhold til uddannelsesmæssig baggrund og til fordeling i især hele hovedstadsregionen. Deltagerantallet er tilstrækkeligt stort til, at vi kan beskrive en række mønstre og generelle træk ved målgruppens mobilbrug, især med henblik på at underbygge analysen af de kvalitative interviews. En nærmere metodisk redegørelse findes i bilag 1.

Mobile Medier, Mobile Unge er gennemført som et selvstændigt projekt, men under hensyntagen til rammer og målsætninger for det tværinstitutionelle forsknings- og udviklings-projekt MIL¹ (*Mobil Indholds Lab*), der var under etablering i efteråret 2004. Det vil sige, at vi valgte at dække samme målgruppe som MIL, at vi har taget højde for MILs strategiske fokusering på særlige forsknings- og udviklingstemaer, og at vi har arbejdet på at bearbejde materialet, så det dels

¹ I opstartsfasen har MIL hedder MYCL – Mobile Youth Content Lab. Derfor optræder dette navn stadig i dokumenter og analyser.

kan fungere som basisinformation for MIL-samarbejdet, dels danne grundlag for videre undersøgelser og projektførløb. De kommende undersøgelser og projektførløb vil også fungere som selvstændige overbygningskurser med en undervisningsdel og et projektførløb. I MIL-projektets førløb vil de studerende imidlertid i også indgå direkte i samarbejdsgrupper med repræsentanter for de øvrige MIL-partnere².

I MIL-projektet arbejdes der ud fra en række overordnede forskningstemaer, der skal sikre, at vi fokuserer på både generelle mønstre og sammenhænge og på specifikke erfaringer og anvendelser. De seks temaer er:

1. *Målgruppen: adgang, anvendelse og behov*
2. *Brugskontekster*
3. *Kommunikationsmønstre*
4. *Informationsbehov i målgruppen*
5. *Kreativitet*
6. *Mobilt kommunikationsdesign*

I MoMU undersøgelsen valgte vi, efter at have gennemgået tidligere studier og vores egen pilotundersøgelse, at skære tematikkerne på en lidt anden måde. Vi startede så at sige på et højere generaliseringsniveau, idet vi vurderede, at der var behov for at få et helt grundlæggende kendskab til: 1. unge danskeres konkrete mobilbrug, 2. mobilens betydning i sociale kontekster såvel som for den individuelle bruger, 3. holdninger i målgruppen til mobiltelefonens aktuelle og potentielle betydning. Vi blev enige om at tage udgangspunkt i følgende temaer i vores analyse:

- Adoption af ny mobilteknologi
- Brugertyper og identitet
- Design af funktioner
- Betydning af og oplevelse af tilstedeværelse,
- Normativitet
- Betydningen af sprog
- Tillid og risiko

En stor del af den indsigt i målgruppens behov, anvendelser og holdninger, vi har haft før vores egen undersøgelse, bygger på udenlandske undersøgelser, delrapporter og almene antagelser. Vores ambition har derfor været at få et grundlag til at kunne beskrive målgruppens *aktuelle* brug på målgruppens præmisser. Herfra vil vi så i de efterfølgende projektførløb arbejde os ind på en række mere fokuserede problemstillinger, der kan give os mulighed for at foretage mere komplekse analyser og give os inspiration til udviklingsarbejdet i MIL. Således kaster vi os i foråret 2005 over studier af kreativitet og innovation i udvikling og anvendelse af mobilteknologi.

² Mobil Indholds Lab er et toårigt tværinstitutionelt forsknings og udviklingsprojekt med start den 1/1-2005. Samarbejdspartnerne omfatter public service stationen DR Interaktiv, den private virksomhed TDC Mobil og undervisningsinstitutionerne Københavns Universitet, IT Universitetet og Danmarks Designskole. Formålet med projektet er at indsamle viden omkring unge danskeres (15-24-årige) brug af mobile medier med henblik på at udvikle nye indholdstjenester hertil. Disse tjenester vil blive udviklet under en række workshops, som hver varer otte uger. Udviklingstemaerne for de planlagte workshops er: *Mobilen som identitetsskaber, mediemobilen, cross-media og mobile samfundstjenester*.

Vores store ønske er at kunne gennemføre tidsstudier, dvs at vi med mellemrum, for eksempel på to år, geninterviewer en del af vores basisinformanter om de samme emner, som den aktuelle undersøgelse rummer, samt om emner, der generes af udviklingen og af specifikke fokus i den pågældende undersøgelse. Dette vil give os mulighed for at pejle os ind på, hvilke begrundelser og vilkår, der motiverer den enkeltes brug og holdninger. Det vil igen på et mere generelt niveau kunne give optimal viden om, hvordan trends og mediebrug udvikler sig over tid, hvorfor nogle teknologiske og indholdsmæssige muligheder bliver killer applications, og hvorfor andre mod forventning dør, før markedsføringen er ovre. Denne undersøgelse og rapport skal således ses som første del af forhåbentlig flere.

Fem af artiklerne i denne rapport er koncentratrater af fund og konklusioner fra eksamensopgaver, udarbejdet af de studerende, der har deltaget i projekt *Mobile medier, mobile unge* i efterårssemestret 2005. Eksamensopgaverne i fuldt omfang bearbejdes i løbet af foråret 2005 til artikler og samles med artikler skrevet af Gitte Stald og Christian Østergaard Madsen til en antologi med titlen *Mobile medier, mobile unge*. Vi satser på, at antologien kan udgives i starten af efteråret 2005.

Vi vil gerne sige tusinde tak til de otte studerende, der har arbejdet engageret og brugt så megen tid og energi på projektet – og som endda har lyst til at køre videre med bearbejdning af artikler og for de flestes vedkommende deltagelse i projektets næste del.

Gitte Stald / Februar 2005

Kontakt for spørgsmål vedrørende projektet eller rapporten:

Projektleder på Film & medievidenskab: Gitte stald, stald@hum.ku.dk

Eller forskningsassistent Christian Østergaard Madsen: oester@hum.ku.dk

Foreløbige fund

Af Christian Ø. Madsen

De følgende fund er meget generelle, en lang række kontekstuelle faktorer bør altid tages i betragtning, når man skal undersøge medievaner. Ikke desto mindre tegner følgende tendenser sig:

- **Mobiltelefonen anvendes primært til samtale og sms**

For nogen, som det primære medie, og for andre som et supplement til andre former for kommunikation. Man kommunikerer mest med de personer man ser til dagligt.

- De 15-17årige sms'er væsentlig mere end resten af målgruppen. Piger sms'er generelt mere end drenge.
- Drenge taler mere i mobiltelefon end piger, aldersmæssig er der ingen nævneværdig forskel.
- Microsoft Messenger // MSN er meget populært blandt målgruppen, specielt hos de yngste og hos drengene, de 18-24årige piger bruger MSN mindst.
- De ældre e-mailer væsentlig mere end de yngste, og drenge e-mailer generelt mere end piger.

- **Nye produkter og tjenester anvendes primært ved anskaffelsen**

herefter falder brugen ofte, med mindre der er en væsentlig tidsmæssig, indholdsmæssig eller økonomisk fordel forbundet med brugen heraf.

- Brugere efterspørger funktionaliteter, kvalitet, enkel håndtering og lave priser
- Early adopters af de nye tjenester findes især blandt de yngste, primært fra det blå segment (jvf. Minerva-modellen).
- Brugere, specielt de ældre, er generelt ret konservative. De funktioner, man anvender ved et givent medie, er primært de funktioner mediet havde, da man trådte i karakter med mediet, det vil sige, da man begyndte at anvende det.
- Gratis tillægsfunktioner til koordinering af hverdagen som uret, alarmen, kalenderfunktionen samt lommeregneren er meget populære. For manges vedkommende har mobiltelefonen erstattet de redskaber, man tidligere anvendte.

- **De tillægstjenester, mobiltelefonen tilbyder, fås ofte bedre, billigere eller enklere til andre medier.**

- Computeren er på grund af skærmstørrelsen, bredbånd, tastatur og generel kompatibilitet (specielt usb-porten) væsentlig bedre til spil, surfing på Internettet, e-mail, chat og musik.
- Snake er undtagelsen – det var det eneste spil til mobilen, der rykkede hos vores respondenter. Man spiller i små korte tidsrum, typisk mens man venter eller befinder sig i offentlige transportmidler.
- Mp3 afspillere kan rumme flere numre, giver god lyd og er nemme at overføre musik til. Alligevel efterlyses både kvalitets-radio og muligheden for at afspille mp3 filer af flere respondenter..

- Digitale kameraer tager væsentlig bedre billeder end mobilkameraer, videresending er gratis og det er nemt at håndtere billeder via computeren.
- **De to væsentligste fordele ved mobiltelefonen er ifølge respondenterne, at den skaber en gensidig tilgængelighed, og at man kan skrive og modtage sms'er med den.**

Det betyder at man stort set altid kan nås og få fat i andre med den (eller sende beskeder), uafhængig af hvor man befinder sig.

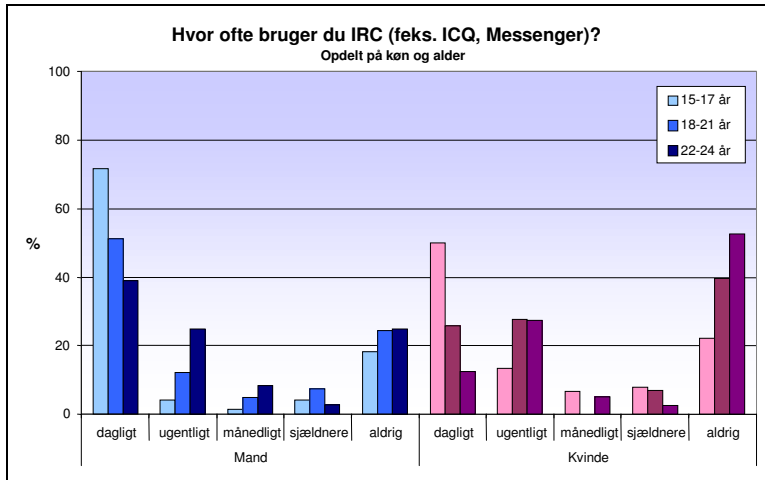
- En anden fordel er, at man kan ringe direkte til modtageren, og slipper for at tale med forældre. Mobiltelefonen er et personligt medie.
- Sms foretrækkes ofte i offentlige situationer, da det er en diskret kommunikationsform. Mange ikke bryder sig om at andre kan lytte til deres samtaler.
- **Jo tættere relationer man har med modtageren, eller jo vigtigere et budskab er, jo rigere et foretrækker man at have i kommunikationssituationen.**
 - Det er vigtigt at gøre sig forstået, specielt de ældste går op i ordvalget og grammatikken i sms-beskeder.
 - Sms sprog³ anvendes stort set kun af de flittigste brugere, eller ironisk, det forbindes ofte med helt unge teenagere og poptøser.
 - Størstedelen af målgruppen er glade for smileys. Smileys sikrer en forståelse af budskaber, muliggør ironi og humor og varmer sms beskeder op.

I det følgende vil jeg kommentere vores væsentligste fund med hensyn til målgruppens brug af forskellige medier til interpersonel kommunikation. Først undersøges computermedierede kommunikationsformer, derefter kommunikation via mobiltelefonen. Afslutningsvis vil jeg med udgangspunkt i det kvalitative og kvantitative materiale opstille en samlet teori omkring målgruppens brug af mobiltelefonen og computermedier til interpersonel kommunikation, samt se på, hvorledes denne brug kan tegne sig fremover.

Målgruppens brug af computermedierede kommunikationsformer: E-mail og IRC.

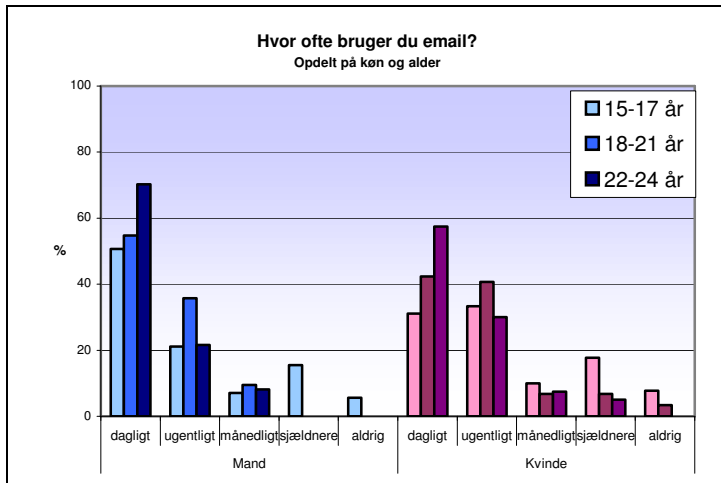
Der tegner sig også klare tendenser, hvad angår chat: Drengene chatter mere end pigerne, og de yngre chatter mere end de ældre. Figur 1 viser brugen af IRC opdelt på køn og alder.

³ Det vil sige brugen af forkortelser og fonetiske udtryk kombineret med stilistiske træk og anvendelsen af internt genkendelige diskurser.

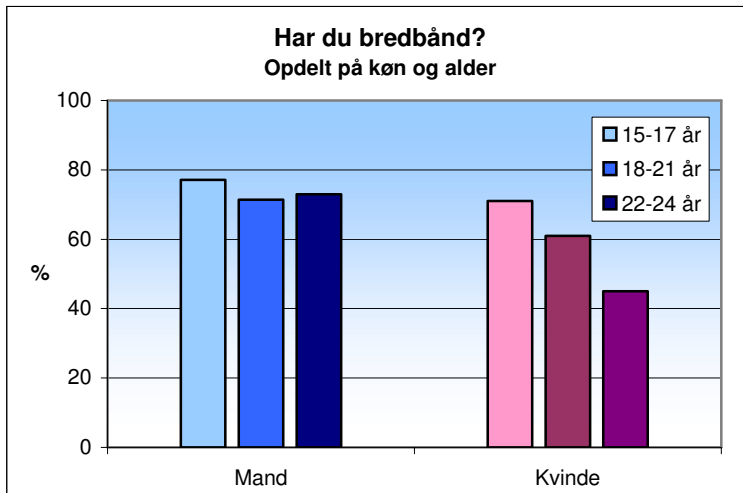


Figur 1.

Hvis man ser på e-mail, er der en også her en tendens til, at drengene anvender det mere end pigerne, men her er det de ældste drenge som e-mailer mere end de yngre. Figur 2 viser brugen af e-mail opdelt på køn og alder. De 15-17årige fortæller i interviewene, at de e-mailer, men ikke så ofte, da de synes det går langsomt i forhold til IRC. I de lidt ældre grupper e-mailer man mere. Dette kan blandt andet skyldes, at mange i disse grupper er studerende eller arbejder, og e-mail netop anvendes i forbindelse med disse aktiviteter. IRC anvendes stadig primært til nære sociale relationer.



Figur 2.

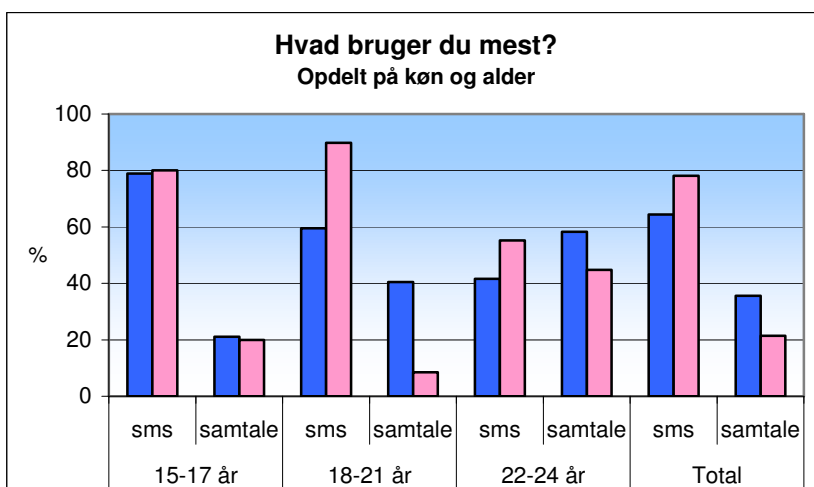


Figur 3.

Man kunne måske umiddelbart forestille sig, at der var en sammenhæng mellem, hvor mange af respondenterne, som havde adgang til hurtige Internetforbindelser derhjemme, og i hvor høj grad de brugte e-mail og IRC. Det kvantitative materiale kan dog ikke bekræfte denne tese. Der er ganske vidst lidt flere drenge end piger, der har bredbåndsforbindelse derhjemme, men forskellen på alder er ikke så stor, at den kan forklare, hvorfor det primært er de yngste, der chatter, og de ældste, der e-mailer.

Hvis man ser på kønnene er der en tendens til, at drengene bruger de to computermedierede kommunikationsformer chat og e-mail mere end pigerne. Dette delvist skyldes at drenge traditionelt er mere interesserede i computere end piger, men også at pigerne, bruger mobiltelefonen mere både til sms og samtale end drengene gør. Dermed har pigerne ikke det samme behov for at anvende computeren som kommunikationsmiddel som drengene har. For at kunne opstille samlet teori, er det dog først nødvendigt at se på målgruppens brug af mobiltelefonen.

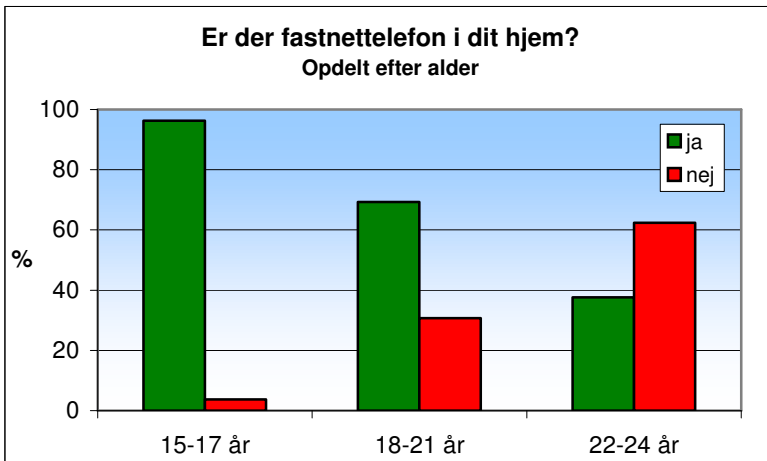
Målgruppens brug af mobiltelefonen til interpersonel kommunikation: mobil samtale og sms.



Figur 4.

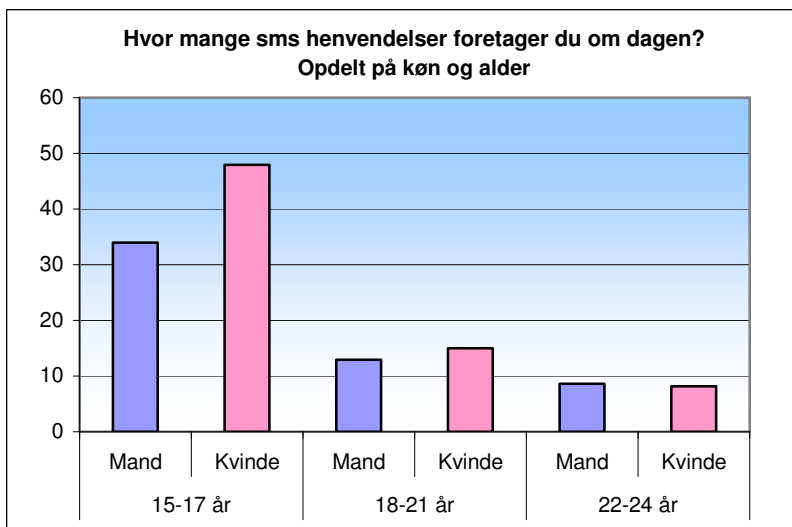
Figur 4 peger på to tendenser: For det første fortæller de 15-17årige at de primært bruger mobiltelefonen til sms beskeder. For det andet ses det at de 18-21årige piger i højere grad end drengene i samme aldersgruppe foretrækker sms. Denne tendens udjævner sig blandt de 22-24årige. Man kunne forestille sig, at årsagen til at de 22-24årige anvender mobiltelefonen mere til samtale end de 15-21årige, er at mange 22-24årige ikke har adgang til en fastnetstelefon. Dette bekræftes af det kvantitative materiale, som det fremgår af figur 5.

Årsagen til at mange i de ældste aldersgrupper ikke har fastnetstelefon er, at de er flyttet hjemmefra og ikke har råd til, eller brug for, at både have en mobiltelefon og en fastnetstelefon. De 15-21årige som stadig bor hjemme har adgang til deres forældres fastnetstelefon. Det er vigtigt at tage dette forhold i betragtning, når man skal vurdere disse data. Figur 5 viser derfor de 15-21åriges' forældres fastnetstelefoner, men de 22-24åriges egne fastnetstelefoner.

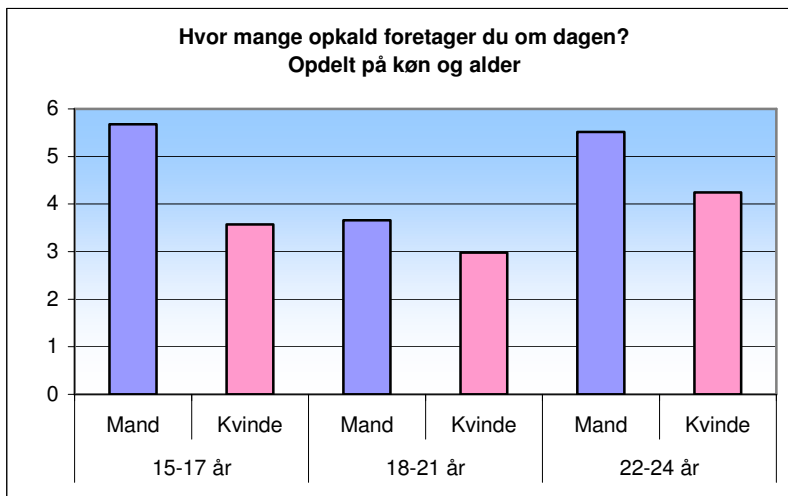


Figur 5.

Hvis vi ser på brugen af sms i målgruppen, er der ting man bør hæfte sig ved: De 15-17årige sms'er væsentlig mere end de 18-24årige, pigerne i den yngste gruppe sms'er mere end drengene, og der er tilsyneladende ikke den store forskel på forbruget i de to sidste aldersgrupper.



Figur 6.



Figur 7.

Med hensyn til samtaler til og fra mobiltelefonen er der også enkelte tendenser: Drengene både foretager og modtager flere opkald end pigerne gør. Desuden samtaler man lidt mere i den yngste og ældste gruppe. Der kan være økonomiske årsager hertil. En del af de yngste får telefonregningerne helt eller delvist betalt af forældrene, hvorimod de ældste simpelthen har flere penge til rådighed (fra arbejde, SU og så videre) end de 18-21-årige. Pigerne ser altså, som både figur 6 og 7 viser, ud til at foretrække sms frem for mobil samtale.

Forklaringer på målgruppens brug af mobile medier

En sandsynlig forklaring på, hvorfor de forskellige aldersgrupper foretrækker forskellige kommunikationsformer, er at brugere typisk er ret konservative, og mediebrug ofte er vanepæret. Såvel det kvantitative som kvalitative materiale peger på en tendens til, at man foretrækker at anvende de medier og kommunikationsformer, man er vokset op med. Desuden forbinder man primært et medie med de egenskaber det havde, da man selv begyndte at bruge det, eller da man trådte i karakter med mediet. Det ser altså ud til at ens medievaner formes i puberteten. Det vil altså sige, at for en nuværende 15-17 åring er mobiltelefonen en samlet pakke som indeholder sms, muligheden for at foretage mobile samtaler og andre tjenester. For en 20-24-årig derimod er mobiltelefonen primært en forlængelse af telefonen, altså en mobil telefon med enkelte tillægstjenester. Dette bekræftes af at de 20-24-årige sender væsentlig færre sms beskeder end de 15-17-årige, og at det er i de yngste grupper man finder *early adopters* af nye tjenester til mobiltelefonen.

Det samme gør sig gældende for de computermedierede kommunikationsformer: En 20-24-årig kan huske, hvordan man kommunikerede inden man fik e-mail. E-mailen fik sit gennembrud i midten af halvfemserne da denne gruppe var 10-14 år gamle. E-mailen var 'the killer application' for Internettet dengang. Det vil sige, at det kan have været en af årsagerne til at vedkommende fik en computer, eller i hvert fald en Internetforbindelse. Når man først har vænnet sig til at bruge e-mail, er det svært at skifte eller ændre denne vane. E-mail er derimod ikke noget nyt eller imponerende fænomen for en 15-17-årig, de har jo altid haft adgang hertil. Samtidig har denne generation stort set haft adgang til Internettet så længe de kan huske, og er vokset op med højhastighedsforbindelser og chat programmer som MS *Messenger*.

Hvis man skal illustrere mediebrugen i forhold til målgruppen over tid, kunne man forestille sig den så ud som en serie af bølger. Hver bølge repræsenterer en bestemt kommunikationsform. Den er på sit højeste hos den generation som voksede op med det pågældende medie eller tjeneste, og aftager idet en ny generation tager en ny kommunikationsform til sig, som så bliver repræsenteret i en ny bølge.

Ved at se på mediebrugen hos en given generation kan man samtidig se, hvilke kommunikationsmuligheder de forskellige medier tilbød da denne generation voksede op eller trådte i karakter med de pågældende medier. Samtidig giver denne teori også mulighed for at forudsige, hvorledes fremtidens brug af de nuværende kommunikationsformer (det vil sige sms, mobil samtale, e-mail og chat) vil se ud. Det er sandsynligt at vi vil se en stor stigning i brugen af sms og chat blandt fremtidens 18-21årige (dem der er 15-17 år i dag). Hver aldersgruppe tager simpelthen sine nuværende kommunikationsvaner med sig gennem tiden.

FIRE FORSKELLIGE BRUGERTYPER

De følgende brugertyper er konstrueret på baggrund af en sammenskrivning af flere artikler i denne formidlingsrapport, og vores empiriske materiale. Tre af brugertyperne er taget direkte fra artiklen *Mobiltelefonen, brugertyper og identitet*. Udvidelsen af disse brugertyper og tilføjelsen af en fjerde, er baseret på artiklen *Adoption af ny mobilteknologi– Hvem træder det første skridt?*

DEN UNGE MOBILE FREAK

Det er få af respondenterne som tilhører denne gruppe, men deres historier er markante, og deres forbrug er væsentlige. Samtidig er mange af de mobile freaks også blandt de første til at tage nye produkter til sig, og det er derfor vigtigt at henvende sig til dem, hvis man skal have sit produkt ud. Den mobile freak er typisk en ung pige, ofte med et forbrug på over 1000 kroner om måneden. Forældrene hjælper som regel med at betale en del af eller hele telefonregningen. Hun sender op til flere hundrede beskeder om dagen, og ringer også meget. Hun sover med mobiltelefonen lige ved siden af sig, eller i hånden. Nogle nætter vågner hun og checker beskeder eller sender måske lige en besked eller to af sted.

Hun har brugt forkortelser før i tiden, men gør det ikke så meget mere – fordi beskederne er blevet billige. En gang imellem kan der godt snige sig et q eller z ind i beskederne. Hun bruger ordbog, smileys og speciel tegnsætning for at understrege bestemte betydninger i hendes beskeder. Desuden inddrager hun en stor del af sin erfaring, når hun læser en sms besked. Dette betyder, at hun af beskeden kan se ikke alene, hvem afsender er, men også hvilket humør vedkommende er i, og hvor denne befinder sig.

Den unge mobile freak har typisk et stort socialt netværk, og en høj bevidsthed om hierarkiet indenfor dette. Det betyder, at hun ved, hvem hun kan tillade sig at lade være med at svare til, og hvem hun svarer til med det samme. Hendes voldsomme brug af mobiltelefonen skyldes primært et behov for at føle, at hun er i kontakt med sine venner samt en angst for at gå glip af noget. Hvis der sker noget i gruppen, vil hun gerne være den første der får det at vide. De gange hvor hun har tabt mobiltelefonen er hun blevet meget stresset, og har lynhurtigt skaffet sig en ny, og gået i gang med at indsamle vennernes telefonnumre igen. Selv om hun godt kan se, at det er lidt dumt, må hun bare læse sine sms beskeder. Hun skriver beskeder alle vegne, båd-

de derhjemme, når hun er sammen med vennerne og i skolen. Beskederne bliver skrevet lynhurtigt og kan skrives under bordet eller i blinde.

Hun skriver beskeder i offentlige rum, også i skolen og når hun er sammen med forældrene. Hun plejer ikke at ringe i timerne, men svarer kort hvis hun bliver ringet op. Mange mobile freaks har ikke noget imod at ringe fra offentlige transportmidler eller andre offentlige sammenhænge. Når hun er derhjemme, bruger hun også en række andre medier som for eksempel fastnettelefon og *Messenger*. Den ældre mobile freak vil måske også sende e-mails. Fjernsynet er tændt tre fire timer om dagen, selv om det ikke er altid hun følger med.

Det kraftige forbrug har resulteret i, at hun også har stor teknisk viden om mobiltelefoner og hvad de kan bruges til. Hun er bestemt også positivt indstillet overfor nye modeller og tjenester, specielt dem som også kan anvendes som smykker. Mobiltelefonen skal matche hendes tøj. Hun synes, at Samsung-telefonen med klap, er smart (hun ved præcis hvilken model og type det er). Brugen af medier afføder en viden og et behov for nyere, bedre og hurtigere tjenester og medier. Hun kender også de forskellige operatører og fordele/ ulemper forbundet med dem. Det er meget muligt, at hun rådgiver sine venner om, hvilke operatører de skal vælge.

Sms og mobiltelefoni hænger meget tæt sammen for hende, og hun kan heller ikke rigtig huske, hvordan det var inden mobiltelefonen kom frem. Typisk vil hun have været 9-10 år gammel, da hun fik sin første mobiltelefon. Hun har haft en lang række forskellige modeller, også en 3 mobil og har prøvet at anvende videotelefoni. Det er ok, men hun vil hellere snakke og sms'e. Billedbeskeder bruges for sjov en gang imellem. Hun har prøvet tillægstjenester, men bruger dem ikke så ofte. Der er ikke nogen af dem, som rigtig interesserer hende. Dog kan hun godt finde på at videresende kædebeskeder, måske fordi hun er bange for, at der sker noget, hvis hun ikke gør det.

DEN GENNEMSNITLIGE, YNGRE BRUGER

Dette er en af de største grupper. Den omfatter både drenge og piger, som typisk er mellem 15 og 19 år gamle. Den gennemsnitlige yngre bruger minder på mange områder om den praktisk anlagte ældre bruger, men vedkommende er yngre og dennes medievaner er ikke helt så rutineprægede, som den ældre brugers. Samtidig er den gennemsnitlige yngre bruger også vokset op med mobiltelefonen og ser på den som et selvstændigt medie, hvor den ældre bruger husker tiden, inden mobilen blev udbredt, og vurderer mobiltelefonens tjenester i forhold til lignende tjenester som er tilgængelige via andre medier.

Han går ikke så meget op sin mobiltelefon, som meget vel kunne være en Sony Ericsson, den er der bare, og er ikke noget særligt. Den bliver brugt til at sms'e og ringe, samt som vækkeur og kalender en gang i mellem. Han spiller spil en gang imellem, i bussen eller toget, eller mens han venter herpå. Han bruger telefonbogen og slår op i den, inden han ringer fra forældrenes fastnet.

Han bor hjemme og har en masse andre medier som han også benytter sig af: Fjernsyn på værelset, video eller dvd, stereoanlæg, computer, mp3 afspiller og måske også en *Playstation* eller en *X-box*. Mobiltelefonen anvendes til interpersonel kommunikation som et supplement til disse andre medier. Hvis han er hjemme og skal ringe til en kammerat som også er hjemme, kan han godt finde på at bruge forældrenes fastnettelefon. Han bruger *Messenger* dagligt, og checker også om kammeraterne er på der, inden han ringer eller sms'er. Hvis de ikke er på, bruger han mobilen eller fastnettelefonen i stedet for.

Som for de andre brugertyper finder der et medievalg sted, inden han går i gang med at kommunikere. Dette valg baserer sig på intentionen ved kommunikationen og på, hvilke medier, han har til rådighed. Han er bevidst omkring prisen for mobile samtaler, og sms'er væsentlig mere end han ringer. Typisk sender den yngre gennemsnitlige bruger omkring 20 beskeder om dagen, hvis det er en dreng og 30-40 beskeder om dagen, hvis det er en pige. Beskedernes længde afhænger også af, om det er en dreng eller pige, der skriver dem: Drengene sender generelt kortere beskeder end piger. Begge køn bruger altid ordbogen og smileys en gang imellem.

Hvis der har været et emne som interesserer ham, kan han godt finde på at sende en besked ind til radio eller tv. Han kan også godt finde på at videresende vittigheder. Men det sker ikke så tit.

Han kan godt finde på at skifte billeder på mobilen en gang imellem, og også hente en enkelt ringetone eller to, med et band der interesserer ham. Det kunne for eksempel være en sang af *Metallica* eller *Rammstein*. Selve temaet er vigtigere end det at have et billede eller en lyd på telefonen. Hvis han skal bruge tid på at hente et billede eller en ringetone, er det fordi temaet betyder noget, og han gerne vil vise dette til andre.

Måske har han checket fodboldresultater en enkelt gang eller to, da han ikke kunne komme til computeren, ellers venter han bare til han kommer hjem. Så vigtigt er det jo heller ikke. Han kan også sagtens finde på at lade telefonen blive derhjemme, hvis han skal til fodboldtræning eller noget lignende. Vennerne forsvinder ikke, fordi han ikke taler med dem i nogle timer eller en dag.

Han sætter telefonen på lydløs i offentlig sammenhæng eller hvis han er træt. Hvis brugeren er en pige, vil hun bruge ordet pli til at beskrive hvorfor.

DEN PRAKTISK ANLAGTE ÆLDRE BRUGER

Denne gruppe er også ret stor i vores datamateriale, men ikke så stor som den gennemsnitlige yngre bruger. Der kan både være tale om mænd og kvinder. I det følgende vil jeg give eksempler på praktikere af begge køn. Begge vil findes blandt de ældste af respondenterne, det vil sige de 23-24årige. Vedkommende har brugt nogle år til at få bestemte medievaner og rutiner. Som nævnt før minder denne brugertype en del om den yngre gennemsnitlige bruger, men han herfra adskiller sig på tre områder: han kan huske tiden inden mobiltelefonen, hans foretrukne medie er computeren – det var den, han voksede op med og som han sammenligner mobilen med, og hans udtalelser om mobiltelefonen er i højere grad præget af irritation end den yngre bruger, som blot tager mobilen for givet. Den praktisk anlagte ældre bruger, var for nogle år siden den gennemsnitlige yngre bruger af Internettet.

Uddannelsesmæssig har denne bruger ikke specifikke træk. Hvis han skulle være virkelig konservativ i sin mediebrug, kunne han godt være akademiker, men praktikerne findes på tværs af uddannelser. Han har brugt elektroniske medier i mange år, og dette har resulteret i både en stor erfaring med dem, samt en del faste vaner og rutiner. Vanerne kan godt ændres indenfor de enkelte medier, og han vil måske også anskaffe sig nye medier, men selve brugen heraf er ofte givet på forhånd, som for eksempel informationsøgning, underholdning og kommunikation.

For den praktisk anlagte ældre bruger er mobiltelefonen primært en forlængelse af telefonen, og altså en mobil telefon. Han kan meget vel have en lidt ældre model, som en Nokia 3210 eller 3310. Selvfølgelig er nyere mobiler smarte, men når den bare kan ringe og skrive beske-

der, er det fint nok. Brugeren i denne gruppe er gammel og selvsikker nok til ikke at behøve at lægge sin identitetsdannelse i mobiltelefonen.

Han synes at mobiltelefonen er et glimrende praktisk medie. Godt nok var han lidt skeptisk over for det i starten, men efter han selv har fået en kan de se fidusen med den. Telefonen bruges til at ringe til vennerne eller kæresten og lave aftaler. Opkaldende er som regel korte, ikke på grund af pengene, men snarere fordi han ikke rigtig bryder sig om at tale i mobiltelefon. Han sender i snit omkring fem par beskeder om dagen, nogen gange lidt flere, men foretrækker at ringe, fordi det går hurtigere og er nemmere. Han bryder sig ikke om sms sprog, det er for poptøser, beskederne skal være sprogligt og grammatisk korrekte. Det kan godt tage lidt tid at skrive sms beskeder for ham.

Den ældre bruger gider ikke bruge alle de ekstra funktioner. Funktionerne er vel egentlige smarte nok, men computeren kan lagt flere af dem, og meget bedre. Lydkvaliteten (på de mobiltelefoner de har set) er heller ikke god nok til musik, og ringetonerne er sjældent i hans smag. Kamerafunktionen er slet ikke god nok. Det er ikke sikkert, at han gider sidde og pille med de funktioner, den skal bare kunne ringe og skrive beskeder. Han bruger ordbogen, men har ikke brugt tillægstjenester, eller hentet mobile spil, ringetoner eller billedbeskeder.

Han kan meget vel have en fastnettelefon derhjemme. Dette skyldes til dels, at man ofte skal have fastnet for at få en hurtig Internetforbindelse. Han er på nettet hver dag, skriver mails, er inde på nogen faste sider og spiller måske også spil over nettet, fx *Manager for Real* eller online poker. Når han kommunikerer via computeren foregår det primært med email. En gang imellem chatter han via *Messenger* eller *ICQ*, i modsætning til den praktiske kvinde. Han kunne også sagtens finde på at bruge *Skype*, han har i hvert fald brugt *Kazaa* eller *Bittorrent* til at hente film og musik ned.

Hvis den praktisk anlagte ældre bruger er en kvinde, kan hun godt finde på at slukke telefonen om natten, selvom det ikke sker så tit mere. Det er også rart at lægge telefonen fra sig en gang imellem, og gå en lang tur uden at blive afbrudt. Fordybelsen i for eksempel en lang samtale er vigtigere end den umiddelbare bekræftelse i en sms besked. Derfor foretrækker hun også at ringe til veninderne på deres fastnettelefoner, hvis de rigtigt skal tale sammen.

TEKNO-BRUGEREN / ENTUSIASTEN

Ligesom der ikke er så mange de mobile freaks, er der heller ikke så mange tekno-brugere blandt vores respondenter. Men deres historier og forbrug er markante, og de kan ligeledes være med til at bane vej for nye produkter og tjenester. Ved at se på hvilke funktioner de anvender i dag får man et indblik i de tjenester som de større grupper måske vil anvende senere. Tekno-brugene er typisk lidt ældre og drenge, ellers skal de i hvert fald have rige forældre for at have råd til alt det nye udstyr.

Da tekno-brugerne og de mobile freaks minder om hinanden med hensyn til, hvor mange telefoner de har og overordnet mobilforbrug, er det vigtigt at skelne imellem dem. Den mobile freaks forbrug af mobiltelefoner er et direkte resultat af et massivt behov for at være i kontakt med gruppen. Brugen af mobiltelefoner afføder samtidig en interesse herfor og en stor viden omkring hvilke modeller, operatører og tjenester som findes på markedet. Den mobile freak er interesseret i at snakke så meget og nemt som muligt, og holde sig opdateret omkring, hvad der sker i gruppen, hvilket medie som anvendes hertil er i virkeligheden uinteressant.

Tekno-brugeren derimod, køber mobiltelefoner og andet elektronisk udstyr, fordi selve teknikken er spændende. Det er mulighederne, potentialet og kompatibiliteten som er drivkraften. Samtidig er tekno-brugeren i virkeligheden mere interesseret i interaktionen med elektroniske apparater og deres indbyrdes kompatibilitet end i at bruge dem til at tale med vennerne. Dette er ingenlunde ensbetydende med at tekno-brugeren er en bleg, bumset, asocial nørd. Tekno-brugeren kan sagtens have masser af venner, han er bare fascineret af de muligheder teknikken tilbyder. I virkeligheden foretrækker han at tale med sine venner face-to-face. Hvis det ikke er muligt, bruger han gerne Internettet og chatter med mikrofon og webcam. Han har godt styr på, hvordan man konfigurerer programmerne og optimerer dem til den tilgængelige båndbredde.

Han er blandt de første til at afprøve nye elektroniske produkter. Han har haft en discman og minidisc og en mp3 afspiller, der samtidig er en USB memory-stick. Hvis han har haft penge til det, har han købt sig en Ipod. Den er virkelig fed, og der er masser og gode programmer til den. Og efter at Apple har fået lavet batteriet, så det kan genoplades, var der ingen undskyldninger længere.

Han har også et digitalt kamera, et ordentligt et, som har kostet en hel del. Til gengæld tager det gode billeder (man kan skifte linser), der er masser af RAM i og det er lige til at koble til computeren. Det er sandsynligt, at hans mobiltelefon også kan tage billeder, men han gider ikke bruge den funktion. Til gengæld glæder han til der kommer nogen mobiltelefoner med ordentligt kamera og blitz. Og han tror på at videomobilen nok skal blive en succes.

Han var en af de få, der købte en Nokia Communicator. I hans samlede mobilforbrug fylder købet af produkterne væsentligt mere end selve telefonregningen. Herved adskiller han sig igen fra den mobile freak, hvor det er selve forbruget, der er det dyreste. Han skriver sms beskeder, og bruger naturligvis ordbogen, men foretrækker faktisk at tale i telefonen. Han bruger tillægstjenester som for eksempel søg og find tjenester, fordi det er muligt. Han har affundet sig med at kvaliteten ikke er helt på toppen endnu, men det er stadig praktisk at få emails på mobilen.

Han ser ikke se meget fjernsyn mere, måske lige nyheder eller en amerikansk serie. Derimod ser han en del film, enten på dvd eller downloadede DivX film via computeren.

Han henter programmer ned fra Internettet til mobilen, så han kan læse pdf filer, styre sine powerpoint præsentationer og synkronisere kalenderen og Outlook indbakken mellem computeren, mobilen og/eller Ipod'en. Han holder sig også orienteret om, hvad der sker på teknikmarkedet via computerblade samt hjemmesider, online fora og newsgroups.

I gamle dage ville han have været radio amatør. I halvfjerdserne ville han have haft en Betamaxi video. Den kom først og han hævder stadig hårdnakket den er VHS maskiner overlegen, hvad angår billede- og lyd kvalitet. I firserne ville det have været BBS'er, der trak, og han ville have været en af de første, der opdagede Internettet i starten af halvfemserne.

I. Adoption af ny mobilteknologi – Hvem træder det første skridt?

Af Kurt Holm Jensen og Jacob Lyng Wieland

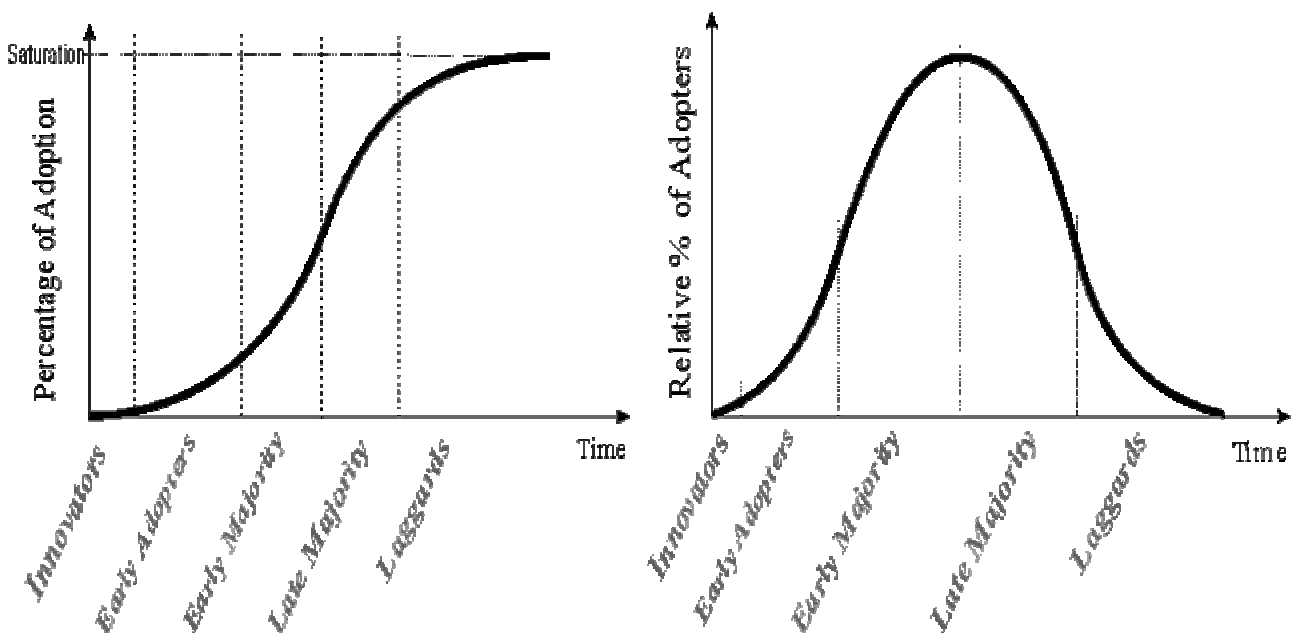
Indledning

Denne del af rapporten vil se nærmere på den gruppe af unge, som kan kaldes for 'early adopters' af ny mobilteknologi. Det vil sige den del af de unge, som er med til at drive udviklingen frem, fordi de på et tidligt stadium bliver bekendt med den ny teknologi, prioriterer den rent økonomisk og kan være med til at udbrede den til andre i deres omgangskreds.

Formålet med denne delrapport er at give et detaljeret og nuanceret indblik i 'early adopters' af ny mobilteknologi i aldersgruppen 15 til 24 år, og indkredse hvilke karakteristika, som er gældende for den lille gruppe, der prioriterer at være på forkant med den nyeste mobilteknologi.

Hvad er en early adopter?

Begrebet early adopter stammer fra 1963, hvor Everett M. Rogers introducerede begrebet i bogen 'Diffusions of Innovations'. En early adopter er en person, som er hurtig til at opfatte teknologiens fordele og anvendelsesmuligheder og udnytte dem. Rogers undersøger, hvordan befolkningen adopterer ny teknologi, og deler den ind i forskellige grupper alt efter hvor tidligt adoptionen sker:



Figur 1.

Early adopters er ikke de allerførste, der tager ny teknologi til sig. Det gør de såkaldte innovators, men hvor en innovator afprøver den nye teknologi for teknologiens egen skyld, har en early adopter ofte et praktisk formål med teknologien. Endelig besidder early adopters også nøglen

til de to store grupper, som er kommercielt interessante, early majority og late majority. Vejen til disse to grupper går gennem early adopters, fordi de forstår at plædere for den ny teknologi, og typisk også er personer, som har høj status i det sociale system.

Early adopters udgør ca. 13,5 % af befolkningen. Rogers' teori er generel og kan anvendes på stort set alle områder, hvor nye produkter skal indføres. Derfor har forfatteren Geoffrey A. Moore advaret mod modellen i forhold til indførelse af ny teknologi, hans pointe er, at udfordringen rent markedsføringsmæssigt består i at komme fra early adopters til early majority. Der eksisterer altså et 'hul' mellem disse to grupper, som skal overvindes.

Men for overhovedet at komme i nærheden af early majority-gruppen handler det om at kommunikere med early adopters, forstå dem og deres behov og hvorfor de bliver early adopters.

Hvordan identificeres en early adopter?

Før man kan give en karakteristik af en early adopter, gælder det om at få dem defineret som gruppe. Udfra vores datamateriale, er de personer, som tenderede mod at være early adopters, samt dem, der ikke var det identificeret. Vi har ledt efter følgende karakteristika, som peger i retningen af et fortroligt forhold til teknologien, og et behov for at være på forkant med den:

- **Hvordan man omtaler teknologien:** en early adopter forholder sig ikke skeptisk overfor den, og ser muligheder i den i stedet for problemer.
- **Forståelse af teknologien:** stejler man når man møder tekniske udtryk eller er det bare for fedt at konfigurere e-mail til sin mobiltelefon?
- **Udskiftningsfrekvens af mobiltelefoner:** på mobiltelefonområdet er dette et meget relevant parameter: der udkommer ustandseligt nye mobiltelefoner, og hvis man vil være early adopter, er man nødt til at udskifte sin telefon relativt ofte for at følge med udviklingen og være i stand til at udnytte de nye tjenester som tilbydes.

Analysen er derefter udført på en sådan måde, at de to grupper så at sige har været modstillet hinanden og man dermed har kunnet identificere de væsentligste karakteristika ved early adopters, som må siges at have indflydelse på deres forhold til ny mobilteknologi.

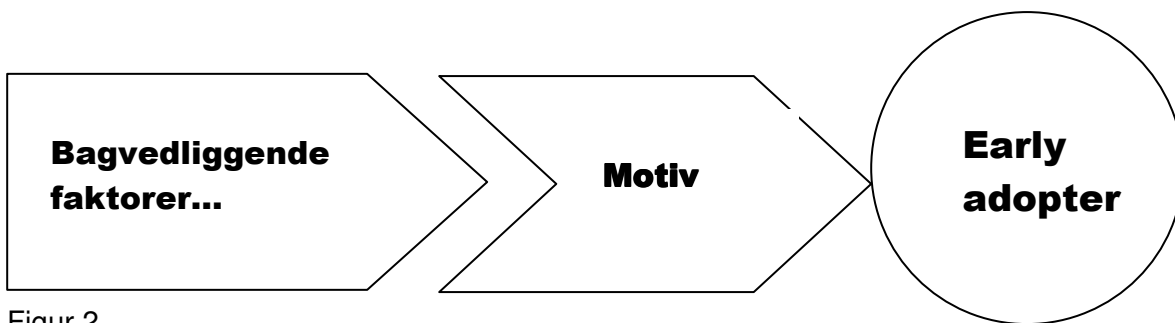
Ud fra analysen af interviewmaterialet opnås en række resultater, som opstilles i en model for hvad der konstituerer en typisk early adopter.

Karakteristik af en early adopter

To aspekter er væsentlige for om en person bliver early adopter: 1) bagvedliggende faktorer, og 2) et motiv til at blive det.

De bagvedliggende faktorer er en række af forhold som på en eller anden måde skal være til stede før en person overhovedet kan være disponeret til at blive early adopter. Det er ikke sådan at alle faktorer skal være til stede før der er tale om en early adopter, men nærmere at de latent kan være til stede. Omvendt vil man se, at en række af disse faktorer er til stede gør sig

gældende i forhold til en early adopter, for ellers ville der ikke være et stabilt fundament for vedkommende at bygge videre på. Motivet videreudvikler dette fundament, for hvis man ikke har noget motiv til at blive en early adopter, så er det svært at forestille sig, at man bliver det. Denne analytiske sondring er væsentlig, fordi det kan være med til at forklare, hvorfor personer, som man normalt ville tro var early adoptere alligevel ender med ikke at blive det. Skematisk opbygget ser forholdet mellem de bagvedliggende faktorer og motivet således ud:



Figur 2.

De bagvedliggende faktorer

De bagvedliggende faktorer, er forhold i brugernes livsverden, der gør, at de er disponeret til at blive early adopters. Det er forhold, som vedrører teknologiforståelse og prioritering, men begge dele hænger sammen med brugerens livsstil og socioøkonomiske forhold.

- **Livsstil:** der er en overvejende tendens til at early adoptere tenderer imod den moderne-individorienterede del af befolkningen (jf. Gallups kompas segmenterings-model, svarer til de blå i Minervamodellen).
 - Deres holdninger til teknologi minder i stort omfang om de holdninger, man typisk finder blandt det moderne-individorienteret segment. Dette segment er kendetegnet ved, at teknologi også tjener som statussymboler og er med til at udtrykke deres livsstil.
 - De er positive indstillet overfor ny teknologi og det er legitimt at prioritere det. Det er med andre ord ikke forbundet med en 'unødvendig luksus' som man vil opfatte det i andre livsstilssegmenter.

Mest eksplicit omkring sin livsstil er 20årige Danny fra Frederiksberg:

Danny: (...) jeg synes at det er fantastisk lækkert at være mobil, når jeg tager min mobil i lommen og min bærbare under armen, så har jeg mit kontor, mit liv, mit arbejde og min uddannelse med mig, alt hvad jeg overhovedet rør ved, det har jeg med mig, og det er jo vanvittigt lækkert den fleksibilitet det giver.

Det er værd at bide mærke i, at deres holdninger minder om dem fra det moderne-individorienterede segment. Deres livsstil er ikke stabil nok endnu til at kunne slå fast, at de selv tilhører dette segment, men de har deres holdninger til fælles med segmentet.

- **Alder:** de fundne early adopters i datamaterialet har også det til fælles, at de er forholdsvis unge, det vil sige teenagers eller lige deromkring.
 - De er opvokset i en alder, hvor mobiltelefonen er et acceptabelt medie for alle at have.

- De kan knap nok huske perioden før mobiltelefonen blev hver mands eje.
- Det bevirker, at de ser mobiltelefonen som et stærkt selvstændigt medie, og derfor har lettere ved at acceptere udviklingen på området.
- Alderen bruges også til at definere sig i forhold til andre; det er blandt andet en tendens, at dem der er lidt ældre – dvs. over tyve - faktisk synes, at det er barnagtigt at lege og udforske sin mobiltelefon, hvorimod det er langt mere accepteret blandt teenagerne.

Det skal endvidere bemærkes, at synet på med mediet også afhænger meget af alder. Der er en tendens til, at teenagerne forholder sig mere til selve mediet og accepterer mediets egne præmisser, hvor dem der er lidt ældre taler mere om, at indholdet i mobiltelefonen blot er et dårligt kopi af andre medier; fx digital kameraet, video- og musikafspillere, internetadgang. Teenagerne sammenligner i mindre grad mobiltelefonens funktioner med 'de rigtige medier' og det er med til at gøre dem mere tilbøjelige til at adoptere ny mobilteknologi. Adspurgte hvilke funktioner i mobiltelefonen hun anvender, svarer Fem på 15 år fra Hellerup:

Fem: Lommeregner, kamera, videokamera, MMS, sende billeder.

Int: Har du sendt MMS?

Fem: Ja (...), der er sådan nogle specielle filer hvor du har dine billeder i, og når du så modtager så går du ind i indbakken, hvor der så står MMS modtaget, så siger man så gem ind i den og den fil, næsten ligesom en computer, faktisk.

Int: Er grafikken god nok?

Fem: Ja, på min er den, det er også derfor jeg valgte den mobil, for ellers er det næsten lige meget at have det"

Fem forholder sig til mobiltelefonens forskellige funktionaliteter uden at sammenligne med de "ægte" mediers kvalitet og brugervenlighed, men accepterer mobiltelefonen på dens egne vilkår. I den forbindelse er det interessant at Mogens (24 år), der ellers er early adopter af andre medier, fravælger at være det på mobilområdet:

Mogens: Ja men du ka' ik' bruge det kamera til noget. Det er så lav opløsning, at du ka' ikke engang bruge det til nettet, altså så dårligt er det. Du ku' jo aldrig fremkalde sådan et billede der.

Mogens er for gammel til at være opvokset med mobiltelefonen, og ser på dens funktioner som ringere udgaver af de "ægte" medier.

Hvilket motiv kan en early adopter have?

De bagvedliggende faktorer gør det muligt at legitimere ny mobilteknologi, men det kræver også, at man har et motiv til at aktualisere denne prioritering og dermed blive en early adopter:

- **Social status:** blandt teenagerne er det i højere grad 'cool' at være med på moden indenfor mobiltelefoner, og det kan derfor være forbundet med højt status at være den, der besidder de nyeste modeller.
 - Teknologien får en ny og kønnet dimension: det betyder nemlig, at teenagepigerne bliver til early adopters af ny mobilteknologi. Det bryder med de traditionelle forestillinger om, hvem der er early adopters af ny teknologi generelt. Pigerne

har her fået et medie, der kan bruges både som kommunikationsredskab og som smykke, hvilket appellerer til dem; derfor kan de sagtens være early adopters af ny mobilteknologi.

Igen siger Fem (15 år) det tydeligst:

Fem: Jeg har mange mobiltelefoner til at ligge hjemme, bare sådan nogle af de nyeste, der bare ligger, og så skifter jeg bare, ligesom jeg skifter tøj...

- **Identitetsopbygning:** det er forbundet med identitetsopbygning at tilkende sig til ny teknologi. Det er typisk præget af en positiv opfattelse at være med på moden og være med der, hvor udviklingen sker.
 - Det er også med til at konstituere en ungdom hos specielt teenagerne, som står lidt i kontrast til ældre grupper – det er unge, der bruger mobiltelefonen, der udforsker den og bruger den meget. Det er også unge, der bruger de nye funktioner først, som det blev gennemgået i afsnittet "Foreløbige fund".

Hvordan kan denne viden anvendes?

Der er flere forhold i denne analyse, som kan være interessante at se nærmere på:

- **Teenagepigerne er blandt early adopters af ny mobilteknologi**, og her kan man sige at *både* tekniske karakteristika og design spiller en væsentlig rolle. Markedsføring og udvikling af nye mobile produkter og tjenester kan altså godt målrettes mod de unge piger.
- **Spil, ringetoner og andre lignende indholdselementer** ser ikke ud til at blive anvendt af denne her gruppe i stort omfang, fordi nyhedens interesse for det falder hurtigt. Når først de 8årige downloader ringetoner, er det ikke længere sejt for de 15årige at gøre det. Desuden er det heller ikke alle, der er villige til at betale for indholdet.
- **Der er ikke mange, der bruger videotelefoni**, men blandt early adopters er der en tendens til, at de har prøvet at lege med videotelefoni - det er altid sjovt at se, om de rigtige personer er med til den fest, man selv skal til senere!
- **Den tekniske kvalitet i udbuddet skal være i orden**; de 15-24årige er kritiske forbrugere. Man går op i om kamerakvaliteten er ordentlig, om skærmen er god, om telefonen har god brugervenlighed og reagerer hurtigt. Dette gælder generelt for aldersgruppen, men i særlig grad for early adopters, fordi de prioriterer at være på forkant med ny og bedre teknologi.
- **Skal nye produkter målrettes mod de lidt ældre grupper** indenfor de 15-24årige, så kræver det, at man holder sig for øje, at de ikke ønsker at blive sat i bås med dem, der er lidt yngre og som har et barnligt (og legende) forhold til deres mobiltelefon. De lidt ældre grupper fokuserer typisk på samtale og SMS – dvs. den klassiske interpersonelle kommunikation.

II. Mobiltelefonen, brugertyper og identitet.

Af Marianne Friis Kristiansen og Tina Gretlund

Mobiltelefonen er i høj grad de unges medie. Dette kunne tyde på, at de unge er innovative, og at de har stor interesse af ny teknologi. Det er dog ikke en absolut sandhed. Ikke alle unge er avant-garde. Men det er sandt, at mobiltelefonen er blevet en selvfølgelig bestanddel af de unges garderobe. Den har for nogen status som "accessoire", mens den for andre kun er af praktisk betydning, men uanset hvad, så signalerer mobiltelefonen en vis symbolværdi. I den følgende rapport undersøger vi, hvorledes de unge både bruger mobiltelefonen som en symbolsk del af deres identitetsskabelse samt i forbindelse med koordinering og vedligeholdelse af deres sociale netværk. Vi ser på de unges holdning til mobiltelefonen, deres brug heraf og måden hvorpå de inkorporerer den i hverdagen, i fællesskabet og i deres værdisæt.

BRUGERTYPER

De praktiske

Ud fra vores interviews har vi udviklet tre kategorier, hvori vi placerer de forskellige brugertyper. Den første kategori har vi valgt at kalde "de praktiske". "De praktiske" er de unge, der hovedsagligt bruger mobilen til praktisk brug. Størstedelen af respondenterne befinder sig i denne gruppe. De har et forholdsvist afslappet forhold til mobilen. De beskæftiger sig ikke meget med mobilens udseende, og det er ikke et krav at have den sidste nye mobiltelefon på markedet. Langt vigtigere er det at have en mobiltelefon, der er robust, og fungerer som den skal. Mange af de ældre respondenter falder ind i denne kategori. 60 % af de 22-24årige har ikke fastnettelefon, og for dem er mobiltelefonen det primære medie til at komme i kontakt med familie og venner. De praktiske brugere er ofte også traditionelle i deres tankegang, og det tager lidt tid, før de vænner sig til nye tanker og ideer omkring mobiltelefonen. Mange i denne gruppe ytrer for eksempel skepsis overfor nye tendenser som 3-mobiler.

Tekno brugerne

Vores anden kategori har vi kaldt "teknobrukerne". Denne gruppe har en mobiltelefon, ikke kun fordi alle andre har en, men også fordi selve teknologien interesserer dem. De fokuserer på, om den har Internet, videooptager, MP3 afspiller og om den er kompatibel med andre af deres elektroniske apparater. De køber typisk først en ny mobiltelefon, når der kommer nye tjenester, og bekymrer sig ikke om høje priser. "

Mobile freaks

Vores tredje kategori er de "mobile freaks". Denne gruppe søger i højere grad end andre at undgå følelsen af tomhed, kedsomhed, udstødelse og "kulde". Det er de unge, der har et ekstremt behov for at bruge deres mobiltelefon. Deres behov rækker langt ud over et praktisk behov for at kommunikere med deres omverden. Til forskel fra de praktiske brugere, der er praktisk afhængige af deres mobiltelefoner, så er de "mobile freaks" socialt afhængige af den. Hvor praktikerne typisk bruger mobiltelefonen til at koordinere aftaler, anvender de mobile freaks i høj grad også mobiltelefonen til samtaler og sms'er, hvis primære formål ikke ligger i selve informationsudvekslingen, men snarere at gøre opmærksom på sin egen tilstedeværelse og

tilhørsforhold til en person eller en gruppe. I artiklen om *Presence*, behandles disse to brugsformer igen, som henholdsvis 'instrumental' og 'ekspressiv' brug.

Denne sociale afhængighed kan resultere i følelsen af panik, tomhed, isolation og ensomhed, hvis mobilen ikke er i nærheden. Dette ekstreme kommunikationsbehov viser sig blandt andet ved, at de sender mange sms'er, at de ikke kan undvære mobilen længe ad gangen, og at de altid føler, de skal tjekke mobilen. En følelse af isolation og ensomhed opstår, hvis mobilen ikke fungerer. De "mobile freaks" har gerne en af de sidste nye mobiltelefoner, og de er også blandt de første til at prøve nye tjenester. Deres flittige brug af mobile medier, resulterer i en stor viden herom, og er samtidig ofte med til at skabe en nysgerrighed omkring, og behov for, de nye funktioner og tjenester, som kan gøre det nemmere for dem at holde kontakten med deres sociale netværk.

PERSONLIGGØRELSE AF MOBILTELEFONEN:

Det er ikke unormalt, at de unge personliggør, og går op i, hvordan deres mobiltelefoner tager sig ud. Den kulturelle identitet kommer til udtryk via symbolske genstande, og det er her, vi udlever vores livsstilsvalg, og dermed også her vi viser vore indre værdier ved hjælp af ydre symbolske udtryk. Valg af mobiltelefon, ringetoner, covers og funktioner fortæller altså omverdenen lidt om, hvilke indre værdier vi indeholder. På denne måde viser vi andre, hvorledes vi konstruerer vores identitet på flere niveauer. Det vil sige at mobiltelefonens ydre symbolværdi fortæller noget om subjektets indre værdier.

Anna, 24, mener, at man godt kan udlede noget om personligheden, hvis folk har valgt en speciel sang som ringetone. Hun har selv downloadet en gammel Nirvana sang, og så har hun ydermere selv komponeret to melodier. Dette giver hende muligheden for at udtrykke sig kreativt, eller at vise, at hun er en "innovativ/kreativ" person, som hun selv udtrykker det. Anna vil dermed vise omverdenen, at hun følger med tiden, og at hun både er teknisk, kreativ og innovativ, og dermed underbygger hun sit selvbillede af en kreativ personlighed. Salem, 15, har dance-inspirerede ringetoner. Han bor på Blågårds Plads, og ytrer sig om, at ringetonen skal være "høj" og "smart i det". En gang om ugen skifter Salem baggrundsbillede. Hans mobil har kamera, så han tager nye billeder hver uge, og skifter det gamle ud, når han er "træt af den person", han har på. På den måde, kan han konstant lave om på mobiltelefonen og bruge den som et legetøj, når han plages af kedsomhed. Salem er et eksempel på en "mobil-freak". Han sender blandt andet 70 sms'er hver dag.

Der bliver ikke kun eksperimenteret med ringetoner men også med covers. Flere af pigerne designer selv deres cover for at udforske deres kreativitet, og mobiltelefonen benyttes hertil. Netop fordi mobiltelefonen ofte er "lille og fin", er den nemt transportabel. I det næste afsnit, ser vi på de unges mobilitet, og hvorfor mobilen passer perfekt ind i deres travle hverdag.

DEN MOBILE GRUPPE:

Mobiltelefonen er et mobilt medie. Den personlige telefon kan medbringes overalt. Dette gør mobilen yderst brugbar for den unge gruppe, da man i ungdommen bevæger sig mere uden for hjemmet, end man gør i for eksempel barndommen.

Progression og mobilitet anskues som værende succeskriteriet i vores samfund i dag. Mange af vore respondenter fortæller blandt andet, at de "aldrig" er hjemme. Mobilen er et hjælpemiddel til hele tiden at være på farten. Man fornemmer her en definition af, at det er positivt at være på farten, "aldrig" at være hjemme og at have et stort netværk som skal plejes. Omvendt er det negativt at forblive i regression eller stilstand, at trække sig tilbage, og ikke at have et stort socialt netværk

Danny, 20, er et godt eksempel på en mobil ung. Han har travlt med sit arbejde, og har adresse hos sine forældre, så han er sjældent hjemme. Mobiltelefonen gør det muligt for ham at være i kontakt med kunder og med venner. Danny føler en vis ambivalens overfor mobiltelefonen. På den ene side kan han arbejde udenfor hjemmet, og kan tage "sit liv med sig", men på den anden side er folk altid i stand til at kontakte ham. Kun hvis telefonen løber tør for strøm, føler Danny en "lovlig undskyldning" for at være utilgængelig. Han vælger altså ikke selv at slukke for sin mobil for på den måde at få ro.

GRUPPE-IDENTITET:

De unge gennemgår typisk en identitetskrise, der er en sammenblanding af mange faktorer. For at overkomme denne krise formerer de unge sig i klier eller grupper, hvor de konstruerer sig selv stereotypisk, og de tester hinandens loyalitet, eftersom de bombarderes med forskellige livsstilsvalg og værdier. Man kan blandt andet vise loyalitet ved konstant at være i kontakt med og "klø hinanden på ryggen" med sms'er og opkald. Måske fungerer sms'er i udpræget grad godt til dette. Det er ikke altid fordi, man har et ærinde, at man sender en sms, det kan lige så vel være fordi, at man blot vil påminde den anden part om, at man stadig er der. Nogle af de helt unge viser deres loyalitet ved, at de aldrig rører ved vennernes mobiler eller læser deres beskeder, med mindre vennerne inviterer dertil. Følelsen af at være en del af et fællesskab, kan holde følelsen af ensomhed for døren. Hvis man derimod konfronteres med en ensomhedsfølelse, så kan mobiltelefonen bruges som værn. 21-årige *Benjamin* fortæller:

Benjamin: Ja altså, jeg som jeg sagde, hvis det er sådan jeg står og snakker med nogle folk og min mobiltelefon så tager jeg den ikke med mindre jeg venter et vigtigt opkald, men det er så sjældent, at de to ting de ramler sammen. Øh, men jo jeg varierer også øh hvis man sidder til en fest, og man keder sig for eksempel, så er det da klart, at så så begynder man at blive lidt rastløs, eller hvis nu man føler der ikke rigtig er nogen, man kan snakke med, og man keder sig, så er det klart, man tager sin mobiltelefon frem, og så kan det være, man skriver til en man kender, som som altså som man ved kommer i byen senere. Og så så på den måde så aftaler man det, fordi at så så har man måske noget at se frem til, hvis man nu synes, man keder sig til en fest. Det kan jo ske. Altså. Jeg oplevede det faktisk her for nylig, hvor jeg var til en fest hos mine gamle gymnasiekammerater. Det var i og for sig hyggeligt nok, men så han går så på handelshøjskolen nu. Det er bare ikke nogle mennesker som...

Benjamin bruger altså mobiltelefonen til at føle sig som en del af et andet fællesskab, end det han befinder sig i. Han føler sig udenfor til festen og føler, at han intet har til fælles med den type mennesker, der befinder sig der. Med hjælp fra mobiltelefonen kan han vælge at demonstrere, at han har andre fællesskaber, og at han er mobil og kan mobilisere sig. I sidste ende går han fra festen til et andet sted, hvor han ikke konfronteres med denne følelse af ensomhed.

Følelsen af ensomhed kan også være mere kontinuerlig, og dette kan eventuelt ses hos dem, der har et abnormt behov for kommunikation, hvilket en del af de "mobile freaks" har. Hvis man

sender flere hundrede sms'er om dagen, kunne det tænkes, et behov for konstant bekræftelse på, at man ikke er alene i verden, og at der er andre mennesker til stede, og at man er en del af et fællesskab. Denne tendens ses hyppigst blandt de yngste i gruppen. Det skyldes måske netop, at man i starten af puberteten er mere usikker på sig selv og sin sociale status og hierarkiske placering indenfor gruppen. Derudover kan mange sms'er bekræfte ens loyalitet og vedholdenhed overfor gruppen.

UNGE OG SEKSUALITET:

Vennerne betyder og fylder meget i ungdomsårene, men det er også her, at seksualiteten og kærligheden får en altoverskyggende plads. Seksualitet er noget vi fødes med, men det er i puberteten og ungdommen, at vi reflektivt konstruerer vores seksualitet som en del af vores indre og ydre identitet. Mobiltelefonens sms-funktion har givet de unge en mulighed for at kommunikere på et andet plan, men det viser sig, at samtalen stadig er den vigtigste form for kommunikation, også når det gælder kærlighed. Tina, 15, mener klart, at der findes regler for opkald og sms-beskeder, når det drejer sig om drenge, man er romantisk interesseret i:

Tina: For det meste sms'er jeg. Til drenge... det ved jeg ikke, det er sådan lidt... det er forskelligt efter hvem man er. For eksempel vennedrenge, dem kan man sagtens ringe op til. Men en dreng man mødte, sådan sidste weekend, det ved jeg ikke, der ringer du ikke til ham. Der skriver du til ham først. Helt klart. Sådan er det altid.

Int.: Sådan er rutinen?

Tina: Ja. Det er rutinen.

Tina bruger altså sms'en som den indledende kontakt til drenge, hun er interesseret i. Sms beskeder giver Tina og andre unge en mulighed for grundigt at gennemtænke budskabet. Dette sparer hende for en eventuelt pinlig samtale, og i sidste ende kan det også spare hende for ydmygelsen af et afslag. Dette fænomen spores ikke blot i den yngste gruppe. Carina på 24 udtrykker en ambivalens overfor sms-formen. På den ene side spares hun for ydmygelsen ved et afslag, men på den anden side udtrykker det en form for mod og pågåenhed, når en fyr ringer hende op, hvis altså hun er interesseret. Carina ytrer nemlig også, at hun ikke bryder sig om at give afslag igennem samtalen. Det er en ubehagelig situation, som hun kan skubbe væk med den form for kontakt, som sms'en tilbyder.

Sms'en giver altså mulighed for at sige nogle af de ting, vi måske ikke tør sige face-to-face. De unge har mulighed for at skabe to personligheder: en samtale personlighed og en sms-personlighed, ligesom de også kan gennem andre elektroniske medier som for eksempel Chat. Det kommer også til udtryk i mange af de helt unges erfaringer med folk, der har afsluttet et forhold over sms. Det er ikke en accepteret del af kærlighedslivets "regler", men det sker alligevel. De fleste ytrer sig om, at de aldrig selv kunne finde på at afslutte forholdet over sms selv, men at de kender folk, der har gjort det, eller at de selv har været udsat for det. Dette vidner også om deres egne værdier, og måden hvorpå de differentierer sig, "fra den slags folk som kan finde på noget sådant".

Sms'en har også en anden fordel specielt for den yngre del af respondenterne. Veninder og venner kan medvirke til at konstruere beskeden. De unge piger ytrer, at de nogle gange samles om at skrive en sms. Dette sker mest, hvis pigen er usikker på, hvad der skal skrives og søger bekræftelse på det skrevne fra hendes veninder. Det er også mere udpræget blandt de unge piger, at man læser hinandens sms'er. Pigerne samles altså hyppigere omkring sms'erne, end

drengene gør. Dette passer meget godt ind i de traditionelle kønsrollemønstre. Pigerne diskuterer og samtaler med hinanden omkring deres kærlighedsliv. De søger råd og bekræftelse hos deres veninder, hvorimod drengene helst ikke ytrer sig for meget om, hvad de skriver i deres søde sms'er til pigerne. Samtalen og sms'en giver mulighed for at begge køn kan eksperimentere med kommunikationsformer med det modsatte køn, uden at skulle stå ansigt til ansigt med personen. Det giver også mulighed for at dette foregår mere privat, da forældrene ikke behøver at blive involverede heri. Via mobilen undgår de unge forældrenes kontrol og kan selv bestemme, hvornår de har lyst til at delagtiggøre dem i sit kærlighedsliv.

De unges seksualitet skabes i samspil med deres køns-identitet. Vi vil i det næste afsnit kigge på, hvorledes de traditionelle kønsroller reproduceres, men også hvorledes de fornyes.

KØN I FORANDRING:

Kønsrollesystemet er en vigtig medspiller til, hvordan de unge udvikler sig. Kønsrollefordelingen opdeler drenge og piger i to respektive kategorier med hver deres forskellige roller, værdier og normer. Det er her maskulinitet og femininitet bliver udviklet, og drenge og piger prøver typisk at leve op til disse samfundskrav i en tidlig alder. Mange unge reproducerer traditionelle forestillinger om køn og integrerer disse som en del af deres egen identitet. Eksempler på dette ses blandt andet ved, at de unge er bevidste om farver og former, der peger i retning af maskulinitet og femininitet. Martin, 23, siger blandt andet:

Martin: Altså selve udseendet er jeg sådan set rimelig ligeglad med, men jeg gider selvfølgelig ikke at ha' en lyserød vel.

En lyserød mobiltelefon symboliserer femininitet, og på trods af Martins holdning til mobilen som et praktisk redskab, så er han dog alligevel interesseret i at bevare sin maskuline identitet, også i form af den kulturelle symbolværdi en mobiltelefon supplerer individet med. Skellet mellem "jeg" og "dem", mellem maskulinitet og femininitet står klart her.

Som før omtalt er det tydeligt, at de unge piger hyppigere snakker, diskuterer, søger råd og bekræftelse hos veninderne, når det gælder romantiske relationer. De søger støtte i at skrive sms'er, og viser hyppigere sendte og indgåede sms'er til veninderne, specielt hvis de er "søde". Mobiltelefonen kan bekræfte pigerne i deres femininitet, men som vi får at se, supplerer den pigerne med en mulighed for at lege med traditionelle maskuline dyder. Omvendt giver det de unge mænd et stykke legetøj, der symbolsk ligeledes kan bekræfte dem i deres maskulinitet.

Vi har allerede set, hvorledes pigerne er mobile. Vi sporer ydermere i vores undersøgelse en anden tendens, nemlig at både nogle piger såvel som nogle drenge synes, at "det tekniske" ved mobiltelefoner er interessant. Med mobiltelefonen har nogle af pigerne fået en mulighed for at være "tekniske" uden at være "nørdede". Pigernes interesse for mobiltelefoner kan også hænge sammen med at mediets primære potentiale er at det lader brugeren kommunikere og holde kontakten med sine nærmeste.

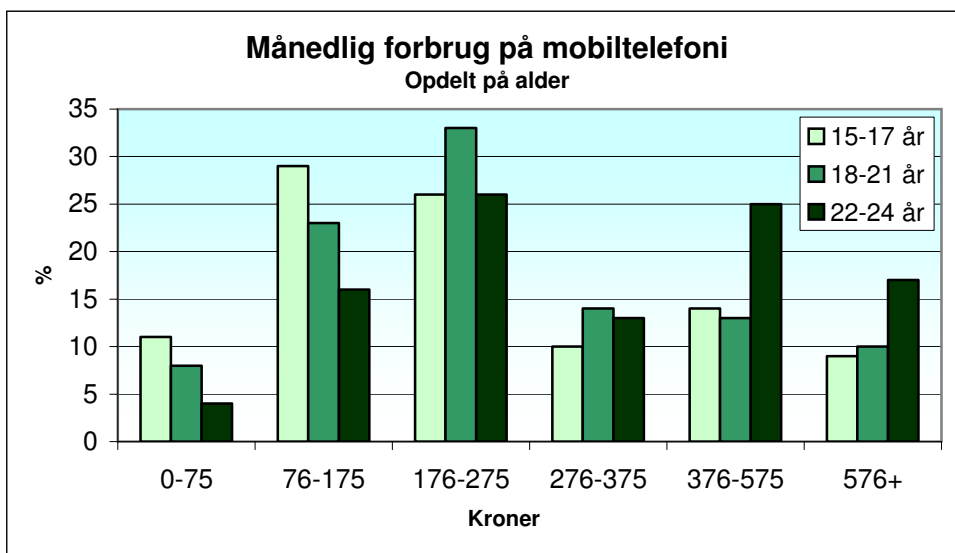
Faktisk er det nærmest gået hen og blevet lidt "cool" for en del af de unge piger, at kunne diskutere med på om det er Ericsson eller Nokia, der har det mest navigerbare interface, eller om Motorolas nyeste mobil med klap er "federe" end Samsungs.

Anna på 24 er et glimrende eksempel herpå. Hun fortæller, at hun går meget op i, om det egentlig er en Ericsson eller Nokia, hun har. Hun sidder gerne og diskuterer fordele og ulemper ved de to forskellige mobilprodukter. Når Anna diskuterer de teknologiske aspekter ved mobiltelefonen i selskab med andre, så kunne det også tænkes, at hun har fundet ud af, at det giver en hende en vis form for "credibility" blandt fyrene, således at fyrene accepterer hende som en del af deres fællesskab. Anna søger måske også dette fællesskab, men ud fra egen interesse om at blive accepteret af det modsatte køn. Hun får muligheden for at lege med mere maskuline dyder, men i praksis bruger hun mobiltelefonen til det samme som andre: nemlig til hendes praktiske behov i hverdagen. Teknologien accepteres og bruges, når den findes brugbar.

De mobile "rebelske" unge piger leger med traditionelle maskuline dyder, i deres forsøg på at skabe deres egen sammenhængende identitet; dermed dog ikke sagt at de frakaster sig deres feminine udtryk.

FRA PUBERTET TIL VOKSEN – EN NY MOBIL PRAKSIS:

Som før antydtes eksisterer der en del forskelle mellem den yngre gruppe af respondenter og den ældre gruppe. De helt unge er blandt andet hyppigere socialt afhængige af deres mobiltelefoner, hvorimod de andre typisk er mere praktisk afhængige. Afhængighedstypen og selve brugen ændrer sig altså over tid. Det vil sige, at de "mobile-freaks" hovedsageligt udgøres af en lille del af den helt unge gruppe. Hvis man ser på afhængigheden af mobiltelefoner i den ældste gruppe, hænger den i høj grad sammen med, at en stor del af de 22-24årige ikke har en fastnettelefon. Dette er sandsynligvis også en af årsagerne til, at de har det højeste forbrug. Figur 1 viser hvor meget de forskellige grupper bruger om måneden på mobiltelefoni.



Figur 1.

En anden indikator på at den helt unge gruppe er mere socialt afhængige af deres mobiltelefoner, er antallet af sms'er sendt og modtaget pr. dag. For de 15 til 17årige ligger antallet af sendte sms'er på 42 i gennemsnit, for de 18-21årige ligger gennemsnittet på 14 og for de 22-24årige på 8 sms'er dagligt. Antallet af sendte (og modtagne sms'er som ligger på stort set samme antal som de afsendte) falder altså drastisk med alderen. De helt unge piger sender klart flest sms'er pr. dag. De sender i gennemsnit 48 sms'er, og dette tyder specielt på, at de har et konstant be-

hov for at positionere og repositionere sig; at vise at de er der. Men det tyder også på, at de i højere grad fører sms-samtaler (hvor man sender svar og spørgsmål frem og tilbage). Det er ikke utænkeligt at de unge piger gør dette blandt andet på grund af økonomien (det er billigere at sende en sms). Selve sms formen er blevet bedre adopteret af den helt unge gruppe. Flere respondenter i den ældre gruppe, både og kvinder mænd ytrer, at de ikke gider bruge tid på at sende sms'er frem og tilbage. Det passer ikke til deres praktiske behov, hvor tingene skal gå hurtigt og være effektive. Derimod passer det bedre til den unge gruppe. De har intet imod at bruge lidt ekstra tid på en sms samtale.

Man kan også forestille sig, at mange af de yngste, på grund af deres store erfaring med sms mediet, kan skrive beskederne væsentligt hurtigere end de ældre.

Generelt er mange helt unge dybt afhængige af, og måske også lidt usikre på deres venskaber, mens man i den ældre gruppe kender ens position, og derfor ikke har så stort behov for konstant kontakt. Mange yngre piger og drenge har et konstant behov for kommunikation. De er i gang med at gøre sig uafhængige, og de er usikre på deres placering. Dette resulterer i et konstant behov for social positionering og social bekræftelse. Det er også interessant at se på de værdier, der kommer til udtryk, når de unge definerer, hvad der er accepteret adfærd indenfor de enkelte aldersgrupper og sociale grupper. Dette er netop temaet for artikel V om normativitet.

Vi ser altså at mobilteknologien godt nok adopteres hurtigt af de unge, uanset aldersgruppe, men den adopteres kun i det omfang, den har en funktionalitet. De unge benytter teknologien til at dække behov, de allerede havde i forvejen. For mange er mobiltelefonen det væsentligste medie, for andre er det et supplement til andre former for kommunikation.

III. Brugerdreven innovation – et spørgsmål om funktioner?

v/ Hans von Knut Skovfoged

En af MYCL og MoMu's dagsordner er at undersøge innovativt brug, samt inspirere til succesfuld produktudvikling. Med succesfuld produktudvikling forstås produkter som forbrugerne kan og ønsker at bruge, da de har en praktisk, æstetisk eller netværksbaseret funktion for dem, samt funktioner der kan give et udbytte til samarbejdspartnerne, enten i form af en økonomisk gevinst eller opfyldelse af public service forpligtelser.

Et problem ved denne dagsorden er, at det var svært at finde eksempler på innovativ brug i det kvantitative materiale. Anja på 22 år brugte udelukkende kalenderen til at huske vasketider, hvilket er en smule overraskende, men derudover kom det eneste eksempel på egentligt innovativt brug fra Danny på 20 år:

Danny: ...en anden telefon som jeg har haft, som virkede fantastisk godt, en Sony Ericsson T68, det er sådan en ganske lille en med farveskærm, og så er der ligesom et joystick i midten, og den var super super dejlig, og blev min rigtige gode ven til sidst, fordi at der var bluetooth, så den var trådløs til computeren, og da alt min musik ligger på computeren, så fandt jeg så et program på nettet der gjorde at jeg kunne bruge den til fjernbetjening til min computer. Og det var jo super rart, og der var en masse andre ting jeg kunne bruge den til, jeg kunne bruge den til powerpoint, hvis man havde en præsentation, så i stedet for en eller anden ting, så kunne man bladere rundt med telefonen. Så der var alle mulige forskellige ting som alle mulige folk der havde siddet på nettet og udviklet til dem, så det var ret lækkert.

Denne innovation var, som han fortæller, ikke et udtryk for en brug af en konkret funktion i mobilen, men brug af en åben kommunikations-standard, der sammen med et gratis-program til computeren gav en ekstra funktionalitet. Hvorfor der ikke forekommer eksempler på innovativt brug i det kvalitative materiale kan skyldes 2 ting: manglende innovation blandt brugerne og/eller manglende spørgen til innovativt brug. Ved gennemlæsning af interviewguiden samt det resulterende materiale, virker det som om at der spørges rigeligt til brug og efterlysning af funktioner, hvilket leder mig til at tro at brugerne generelt ikke er så innovative i deres brug. Hvorfor dette er tilfældet, er så til gengæld et spørgsmål som det kvalitative materiale ikke giver noget svar på, da vi har været for dårlige til at spørge ind til unges "ikke"-brug; dvs. de unges grund til ikke at benytte mobilen på andre måder, end den var tiltænkt.

En mulig grund til den manglende innovation, kan være mobilens lukkede funktionalitet. Indtil for nyligt har mobilen ikke været en platform, som brugerne kunne udvikle funktioner til, hvilket gør, at den innovative brug kun kan ses i form af alternativt brug af eksisterende funktioner, som det sås ved introduktionen af sms. Dette understøttes også af formidlingsrapporten "Mobiltelefonen, brugertyper og identitet." som nævner at gruppen "de praktiske" ikke er så interesserede i avancerede funktioner. Samtidigt nævner formidlingsrapporten "Adoption af ny mobilteknologi...", at de teknologi-interesserede "early adopters" kun udgør ca. 13,5 %, ligesom der er et markedsføringsmæssigt hul mellem denne gruppe og "early majority", som udgør den største del af brugerne.

For at designe funktioner der kan benyttes af flertallet og til andet end det oprindeligt tiltænkte

formål, kræves ifølge gængse teorier om design og usability en forståelse for 2 områder:

- **Funktionalitet, brugervenlighed og brugskontekster**

Mobilens brugerflade opfordrer til synkron/asynkron og mobil brug, men hæmmes af problemer med repræsentation af kompleks information.

- **Kommunikationsmønstre og sociale netværk**

Kommunikationsredskaber af interaktiv karakter vinder ved at have netværk, der understøtter distributionen af decentralt produceret indhold mellem sociale aktører, ikke ved centralt produceret- og distribueret indhold.

1.1 Funktionalitet, brugervenlighed og brugskontekster

- Computerens styrker versus mobilens ditto

Mobilen nærmer sig computeren som multimedie-plattform med adgang til netværk, hvilket designet af funktioner bærer præg af. Begge deler de mange af de samme funktionaliteter, men der er nogle graverende forskelle, hvilket gør at man ikke kan overføre funktioner direkte fra den ene platform til den anden. En af grundene er problemet med repræsentation af data, som Dorthe på 23 år forklarer:

Int.: Hvis du nu ku' komme på nettet med din mobil, var det så noget du ville gøre? Noget du ville benytte dig af?

Dorte: Nej det tror jeg ik', ikke når jeg har det derhjemme, så ville jeg hellere gøre det der.

Int.: Fordi?

Dorte: Fordi skærmen er større. Og så tror jeg, at det ku' blive ret uoverskueligt på sådan en lille skærm.

Dette problem bliver yderligere sat i relief af den bekvemme adgang til Internet via computeren, som Mogens på 24 år beskriver:

Mogens: Jamen jeg har Internet på min computer, jeg har Internet alle steder så jeg har simpelthen ikke brug for det.

Int.: Hvad synes du om at man kan gå på nettet på mobilen?

Mogens: Jamen altså hvis man ikke har andre muligheder for nettet så er det da meget smart, men det er da noget nemmere på computeren, ikke?

1.2 Funktionalitet, brugervenlighed og brugskontekster

- Computerens styrker og svagheder

Den stationære og bærbare computer har en styrke i visuel og auditiv præsentation samt navigerings- og redigeringsredskaber. Der er både mus og keyboard, større skærm samt mulighed for at importere og eksportere materiale fysisk igennem scanner/printer, hvilket giver fordele i forbindelse med kreation, præsentation og udvælgelse af materiale. Der er en stor lagerkapacitet, hvilket giver den gode muligheder for at fungere som base for alle brugerens andre medier.

Brugerens tid foran computeren er ofte koncentreret i etaper, og er ikke så periodisk og spredt ud over dagen, som man ser med mobiltelefon-brugen grundet andre gøremål. Dette er en tendens, der bl.a. er beskrevet i artiklen "Presence" under afsnittet "En mellemløsning". Dette skyldes bl.a. forskellen i mediernes presence-niveau. Computeren er et high-presence media, grundet immersionens karakter – når man sidder ved computeren, laver man altså ikke andre

ting. Specielt de unge respondenter havde ikke noget problem med at sidde og sms'e, mens de så fjernsyn, hvilket de ikke gjorde, når de sad foran computeren. Dette kan dog også skyldes, at de sad på Messenger imens, et meget populært program blandt de yngre respondenter, og hvis funktionalitet minder meget om sms. Computeren kan dog ligesom mobilen også bruges af flere på samme tid, hvilket sænker immersionen. For eksempel hører mange, ifølge det kvalitative materiale, musik, mens de arbejder eller underholder sig med computeren.

Alligevel vil selv en bærbar computer med trådløs opkobling via et hot-spot, aldrig blive mere end semi-mobil bl.a. grundet den udelte opmærksomhed. Man kan til nød sidde i toget med sin bærbare, men man kan ikke bruge den under bordet i timen, mens man går tur med hunden, på vej på cykel eller lignende, som det ses i respondenternes brug af mobilen.

1.3 Funktionalitet, brugervenlighed og brugskontekster

- Mobilens styrker

Mobiltelefonen blev indført som et mobilt, synkront kommunikations redskab, men den bruger-drevne innovation har været mest synlig omkring brugen af den asynkrone sms. En af mobilens styrker ligger altså i hyppig, men asynkron kommunikation, i hele dagens forløb. Som Thorbjørn på 15 år siger:

Thorbjørn: Det var, det var sådan, altså sms det er jo altid rart du kan rende frit rundt.

Int.: Ja, ja.

Thorbjørn: Du kan sende sms'er overalt når du går ude på gaden, det kan du ikke med email og Messenger og det der. Okay nu er email og Messenger næsten det samme, men eh. Det det, der er det gode ved det.

Mobiltelefonen er samtidigt lille, hvilket gør at den transportabel og velegnet til udveksling af indhold, men ikke til kreation, præsentation og udvælgelse af materiale. Når mobilen bruges til almindelig samtale er den et "high presence media", men når den bruges til sms, er den et "low presence media", der giver brugeren potentialer såsom nærhed og konstant netværksadgang. Denne adgang benyttes oftest asynkront, hvilket skyldes de praktiske fordele ved en sådan kommunikationsform, som Martin på 23 år forklarer, da han snakker om sms:

Martin: Jamen altså, man kan sende en til folk og så behøver man ikke svare med det samme selv og folk kan svar når det passer dem. Altså hvis folk de ringer så skal man tage den med det samme, men med en sms, der kan man svare lige når det passer ind. Og så kan man også gemme den jo, og så står den der og så har man den. Hvis der er noget man kan bruge mod andre og til at huske.

Dette nævnes også ofte af pigerne, der bruger sms mere end drengene. F.eks. siger Tina på 17 år:

Tina: ...altså når jeg er i skole er den også tændt, der er den bare på lydløs,Men ellers, hvis der er et eller andet, hvis min mor hun lige skal sige et eller andet, eller vi skal lave en aftale eller et eller andet så ved hun også, så kan hun altid skrive, og så når jeg ser den så svarer jeg. Det er derfor hun også synes det er smart i forhold til at ringe, hvor hun ved at jeg måske sidder i time, så kan hun skrive en besked, og så når jeg selv har frikvarter så kan jeg svare.

Mobilens muligheder for asynkron kommunikation passer altså godt til de unges praktiske mediebrug, som set i en travl hverdag. Mange af de helt unge bruger dog også sms'en til at simule-

re face-2-face samtale, hvormed sms'ens asynkrone karakter bliver brugt til at simulere en synkron kommunikationsform af ekspressiv karakter, som Josefine på 22 år siger:

Josefine: Jamen så, så har vi små samtaler over SMS og sådan noget, som altså i stedet for at ringe op til hinanden eller... når vi alligevel skal ses i aften så kan vi sidde og skrive beskeder til hinanden i en halv time om eftermiddagen, det er jo helt åndssvagt, ik (griner)...

Styrken ved mobilens asynkrone aspekt, er, som jeg tolker det, at man kan vælge at bruge den, når det passer en, men ikke nødvendigvis kun bruger, den når det passer en. Denne pointe er i tråd med udlægningen af blandt andet sms brug i formidlingsartiklen *Presence – følelsen af tilstedeværelse*.

2.1 Kommunikationsmønstre og sociale netværk

- Mobilbrug til vedligeholdelse af netværk

Trods mobilens karakter som "low presence media" er mobilen ikke blot et redskab til informations udveksling. De unge bruger mobilen som et supplement til den face-2-face kommunikation, de benytter til at udvikle og vedligeholde både deres netværk og deres identitet. Stort set alle respondenter i vores kvalitative interviews brugte mest sms til de nære venner og mobiltelefon samtaler til nære venner samt familie, arbejde o.l. Der kan være tale om målrettet koordination, altså instrumentalt brug, som specielt ses i drengenes brug af sms. Pigerne benytter det også meget til socialt brug, altså ekspressivt brug, som vi så i ovenstående citat fra Josefine.

Drengene kan også benytte mobilen socialt, f.eks. som supplement i forbindelse med konkurrence aktiviteter. Bilal på 15 år fortæller:

Bilal: Det var nok den første. 3310. Og det var ... jeg tror faktisk kun at vi unge, især fra vores klasse, de drenge der købte den, ikke også, det var kun p.g.a. et spil, det var Snake. Det var i hvert fald derfor jeg købte den. Det sagde min far også: "det er derfor du køber den", men jeg ville ikke selv indrømme det.

Funktioner, der understøtter det sociale netværk er således populære, som man har set med sms'er, hvis brug kan antage en dialogisk form. Mms'er har en større datakapacitet end sms'er, hvilket gør, at komponering og læsning af tekst via sådanne vil tage lang tid. Dette kombineret med prisen kan være med til, at de ikke bliver brugt på samme dialogiske måde som sms'erne.

2.2 Kommunikationsmønstre og sociale netværk

- Målrettet kommunikation og p-2-p netværk

Trods muligheden for konstant adgang til netværket, er det bestemte typer informationskanaler, der foretrækkes. Mette på 24 år er interesseret i teknologi og kan godt se fordelene ved mobilt Internet til en bestemt brug:

*Int.: Øhh.. (pause) Hvis du havde muligheden, ville du så gerne ha' Internet på din mobil?
Mette: Ja det ville jeg gerne, men jeg ville ikke betale særlig meget for det. Bar vi har adgang til gratis Internet på min skole og mit arbejde.
Int.: Hvad tror du, at du ville bruge det til?
Mette: Til at tjekke min mail.*

I lineare netværk er indholdet og tilgængeligheden af dette lig med værdien af netværket. I interforbundne netværk er det transaktionen, dvs. forbindelsesleddet, der er det vitale, da det kan

resultere i en fælles konstruering af indhold og dermed værdi. Ligesom man ser med email's, bryder de unge sig ikke om at modtage spam, men har intet imod at modtage eller videresende f.eks. vittigheder, som Nicolas på 23 år forklarer:

Int.: De der kæde sms'er?

Nicolas: Ja, dem sletter jeg bare med det samme.

Int.: Men det er jo ikke det samme som vittigheder?

Nicolas: Nej det er det selvfølgelig ikke

Int.: Kunne du finde på at sende en vittighed videre hvis den var god

Nicolas: Ja det kunne jeg godt

Int.: Har du nogensinde videresendt vittigheder eller vist sjove sms'er til andre?

Nicolas: Ja! Ja! Helt sikkert – vittigheder de er sjove at sende videre!

Netværket kan virke som et filter for uønsket information, hvilket øger værdien af den enkelte transaktion. Den potentielle værdi øges også yderligere ved at mange transaktioner kan være målrettet modtageren, som Marie på 20 år siger meget præcist:

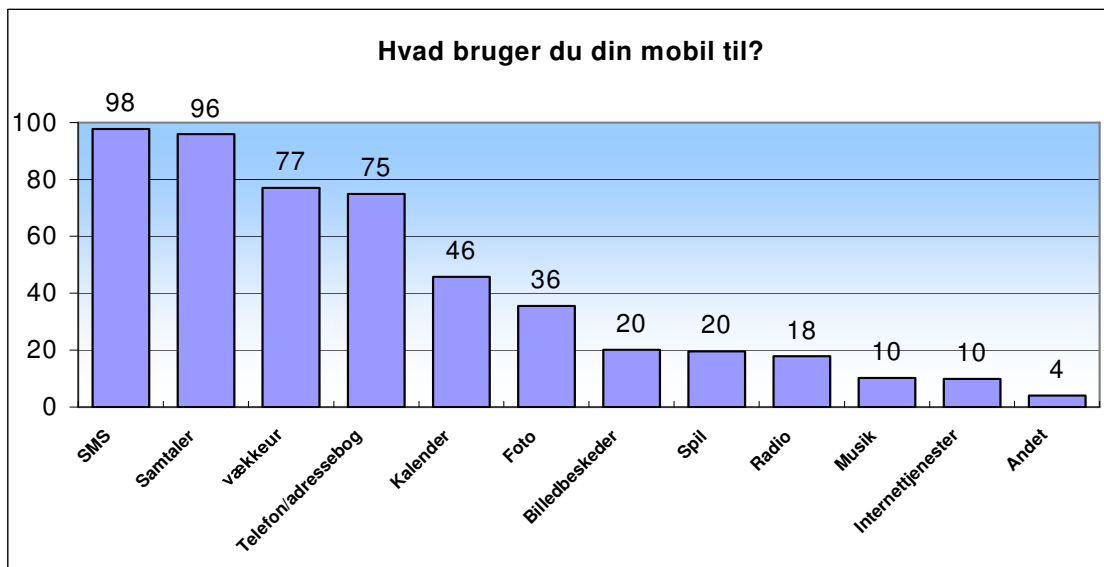
Marie: ... Når jeg skriver en besked (sms) så er det mange gange målrettet, så skal jeg lige høre med det og det, eller skal vi mødes på fredag, så er det sådan målrettet.

2.3 Kommunikationsmønstre og sociale netværk

- Forskelle på køn og aldersgrupper

Ifølge det kvantitative materiale er der en generel tendens til at pigerne bruger mobilen lidt mere, hvilket måske skyldes drengenes øgede brug af computer til f.eks. emails og Messenger. Det kvalitative materiale indikerer at de ældre grupper bruger mindre tid på kommunikation via mobilen, men det er svært at afgøre ud fra det kvalitative materiale, da ting som sms vs. mobilopkald, regningsstørrelser vs. indkomst og mobilbrug vs. email og Messenger brug i så fald skulle regnes med.

Generelt bruger de unge meget sms'er samt Messenger, hvor de ældre foretager mange mobilopkald samt skriver emails. Dette kan både skyldes adgangen til stationær telefon, samt at grupperne blot benytter de teknologier, der vandt indpas / blev populære, mens de var unge.



Figur 1.

De mest populære funktioner i mobiltelefonen er i rækkefølge: sms, samtale, vækkeur, telefonbog, kalender, foto, billedbeskeder, spil etc. Se figur 1. Dette skyldes til dels, at adoption og brug afhænger af de omtalte områder. Den manglende brug af billedbeskeder, mobile Internetspil og lignende kan dog også skyldes dårlig kvalitet, manglende indstillinger af mobiltelefoner, eller slet og ret at balancen mellem funktionalitet og brugervenlighed ikke er optimal, som det sås i det kvalitative materiale. De kvalitative interviews peger på at drengene, uafhængigt af alder, tilsyneladende er mere computerinteresserede end pigerne, mens pigernes interesse i deres telefons funktioner er størst i de yngre grupper. For begge køn gælder det, at det er de mest flittige brugere, der også er mest interesserede i avancerede funktioner. Generelt er der dog en stor interesse i udforskning af nye funktioner og muligheder, samt download af materiale umiddelbart efter erhvervelsen, en interesse der oftest aftager i løbet af nogle uger. Dette kan igen skyldes manglende funktionalitet / brugervenlighed eller blot manglende forudindstilling af telefonen, som Frits på 16 år siger:

Int.: Er der mange af dine venner, der benytter sig af sådan noget MMS?

Frits: Det er jo også, igen, man troede man bare kunne sende dem, men det er sådan noget fuldkomment latterligt noget, problemet er, at man skal sende det ind til et eller anden, altså man skal oprette noget bestemt for at sende dem mobil til mobil ellers sender man det ind til Internet, hvor du så har en bruger, der kan checke hvad der er blevet sendt til dig. Så skal man sende dem over Internet.

Int.: Det er simpelthen for besværligt?

Frits: Ja.

2.4 Kommunikationsmønstre og sociale netværk

- Billedbeskeder

Mms'en og kamera telefonen er blevet promoveret sammen efter en ide om, at folk vil tage billeder og derefter sende dem rundt til hinanden. Dette er også sket i begrænset omfang, som set fra det kvantitative materiale, men tendensen er aftaget hurtigt, som Anna på 24 år fortæller:

Anna: ... Eller hvis jeg lige er inde i byen, og har set en rigtig fed trøje, som jeg ved min søster ville synes var rigtig fed, så ka' jeg godt lige ta' et billede af den. Men med de fleste af mine venner... altså det er ret sjovt, fordi de fleste af mine venner ka' efterhånden ta' billeder, og pointen var jo ligesom, at man så skulle sende dem til hinanden i sjove situationer, men jeg har faktisk aldrig modtaget et billede eller sendt et billede. Så på den måde har det ikke den store funktion overhovedet.

Visse af de unge har prøvet det, som Fem på 15 år, der siger:

Int.: Du brugte alarm, bruger du andre?

Fem: Lommeregner, kamera, videokamera, MMS, sende billeder.

Int.: Har du sendt MMS'er?

Fem: Ja, det har jeg, så har man hinandens billeder i telefonen og sådan noget.

Men mange af de unge kommer aldrig i gang med at sende mms'er, eller stopper hurtigt igen, bl.a. pga. prisen, som Salem på 15 år forklarer:

Int: Har du nogensinde prøvet at bruge MMS?

Salem: Nej, det har jeg ikke aktiveret endnu, det gider jeg ikke. Det er alt for dyrt.

Hvis funktionen var vigtig for folk, ville den nok blive brugt, men grundet den høje pris og den lave funktionalitet, er billedbeskeder ikke rigtigt slået igennem endnu. Mange af respondenterne er også utilfredse med kvaliteten på billederne, der ofte kun kan bruges, hvis de er taget i optimalt lys, tæt på og af motiver med klare linjer. Visse respondenter omtaler muligheden for at sende billeder til hinanden fra fester eller lignende, men disse bliver ofte meget mørke og ugenkendelige, hvormed pointen ryger. En funktion er i midlertidigt slået igennem: brugen af kameratelet til at tage billeder af venner til telefonbogen er nemlig relativt udbredt blandt respondenterne, som Rie på 19 fortæller:

Int.: Hvad bruger du de billeder til?

Rie Man kan sætte dem på en kontakt, så hvis nu min veninde hun ringer eller skriver en sms så kan man se hendes billede, og det er jo meget smart. Det synes jeg er meget sjovt, fordi så skal ikke sådan først læse teksten eller, så kan jeg sådan bare aflæse det meget visuelt det synes jeg er meget fint.

Denne funktion understøtter mobilens sociale brug og er samtidigt gratis, hvilket gør at regnestykker funktionalitet vs. pris og brugervenlighed får et favorabelt resultat.

3.1 Design af fremtidige funktioner

- Problemstillinger

Ifølge det kvalitative materiale er der altså en modvilje blandt brugerne mod at udnytte den nye teknologi. Brugerne mener, at investeringen af tid og besvær er for stor i forhold til udbyttet. Et godt eksempel er kamera-telefoner, som har fået mange hug for deres kvalitet. Således har 36 % af de adspurgte ifølge det statistiske materiale prøvet at tage billeder med deres mobiltelefon. Der er dog kun 20 %, der rent faktisk har prøvet at sende dem videre i mms beskeder og ifølge vores kvalitative materiale er det ikke blevet en vane på samme måde som med sms. Billeder fra digital-kameraer kan sendes videre via mail, ligesom billeder fra telefoner kan sendes via mms. Men der er både stor kvalitets- og prisforskel.

SMS'en koster også mere end en email, ligesom der også er en "kvalitetsforskel" grundet det mindre antal tegn, men der kan ikke drages paralleller, grundet sms'ens dialogiske karakter. De unge sender ifølge det kvantitative materiale, flere sms'er end emails, hvilket antyder at sms'ens "dårligere kvalitet" ikke er altafgørende. Igen kan det skyldes, at det er den dialogiske karakter, der er den drivende styrke bagved brugen af visse funktioner.

Ved fremtidigt design af funktioner, kan det altså være fremmede for udbredelse og succes, hvis punkterne i de to ovenstående afsnit tænkes ind. Specielt områder som understøttelse af det sociale netværk, samt mobilen som en transportabel men asynkron medieplatform, er vigtige at lægge vægt på.

3.2 Design af fremtidige funktioner

- Eksempler på funktioner

MMS spil

Brugen af mms'er kan øges ved at fokusere på de sociale netværks brug af mobilen. Det er min overbevisning, at man ved at lave små spil, der lokker folk til at dele hjemmelavede ringetoner og baggrundsbilleder, kan smugle brugen af mms ind af bagdøren. Man vil med sådanne spil

kunne støtte op om netværkets medlemmer i udvekslingen af holdninger og tilkendegivelser af holdninger om de andres ditto, ved accept eller afvisning af det producerede livsstils materiale. Dette underbygger også brugernes tendens til at personliggøre mobilen, en tendens der ellers aftager med tiden, måske på grund af brugernes manglende vilje til at downloade materiale.

Mobilen som bindeled

Mobilen som medieafspiller er en fin ide, hvis man holder sig til lyd og simpel grafik. Næsten alle respondenter efterlyste mp3-afspiller og mange ville også gerne spille på deres mobil, hvis spillene var gode nok, samt kunne spilles i udfyldte timeslots såsom i bussen eller i toget. Mobilen som filtransportør er også en oplagt ide, i forlængelse af mp3-tanken. USB-nøgleringe eller "memory sticks" med 128-512 mb ram, der benytter det globalt understøttede usb/usb2 format, har allerede vundet indpas. Hvis man udstyrer alle mobiltelefoner med et lignende stik, vil man lette filtransport mellem hjem og skole / arbejde. Denne funktion er allerede er set i flere nyere modeller. Dette vil samtidigt lette den, ofte efterlyste, mulighed for funktionel og simpel synkronisering mellem mobilens telefonbog og kalender med den stationære computer.

Konvergens mellem MSN og SMS

I den yngste aldersgruppe (de 15-17årige) samt hos drengene i al almindelighed, er Microsofts Messenger (MSN) meget populær. Umiddelbart kan man dog kun skrive beskeder til de af ens venner, som er logget på MSN. En tjeneste som integrerede de to medier og gjorde det muligt at skrive beskeder til mobiltelefonen fra MSN og omvendt ville gøre det enklere at kommunikere for målgruppen. Her er CBB mobil allerede på banen.

Status-ikoner til mobiltelefonen

En af fordelene ved mobiltelefonen er, at man hele tiden kan holde sig i kontakt med sine venner og familie. Dette ses ved at mobilen for langt de flestes vedkommende er tændt 24 timer i døgnet. Samtidig sker meget af den kommunikation, som finder sted med mobiltelefonen, specielt via sms, ud fra et ønske om at vide, hvad den anden foretager sig. Status-ikonerne i *Messenger* vil med fordel kunne anvendes her. Ikonerne viser, hvad man foretager sig, og om man vil og kan kontaktes eller ej. Målgruppen kender ikonerne i forvejen, og overførslen af symboler som er knyttet til Internettet vil også kunne knytte mobilen og Internettet sammen. Endelig skal ens mobil vedvarende opdateres for at kunne benytte tjenesten. Dermed kunne status-ikoner og muligheden for at skrive til og fra *Messenger* også fungere som en årsag til anskaffe sig en 3G mobiltelefon.

Brugerindstillinger og tab af netværk

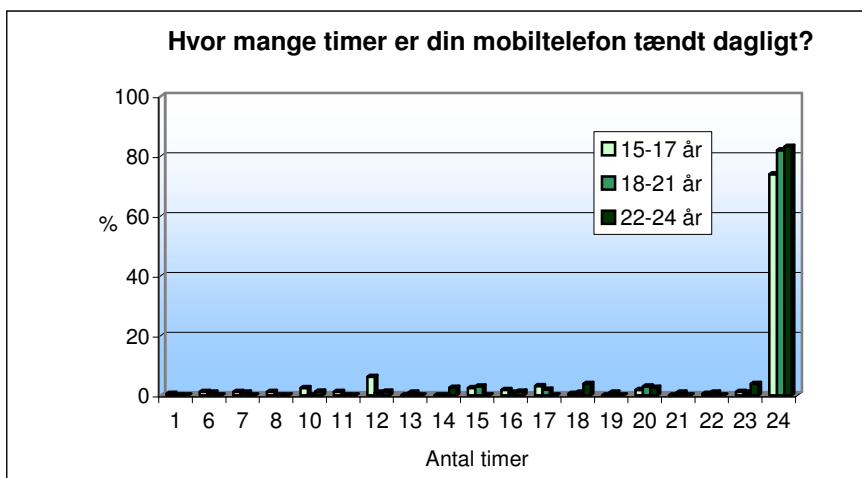
Endeligt ville det være praktisk, hvis alle indstillinger af mobiltelefonen var på plads ved købet, ligesom brugerens indstillinger såsom telefon bog, ordbog, email- og netværksindstillinger, samt bruger opsætning af menuer og genveje, kunne lagres og hentes uden problemer. Man kan benytte sig af ideen om "Ubiquitous computing" som den ses fra intra-net, hvor en kode logger en på en selvstændig pc'er, der derefter henter ens "desktop" ned. En sådan funktion vil samtidigt give mindre frafald i brug af tjenester ved tab eller tyveri af mobiltelefonen (som følge af brugernes dovenskab, hvilket kan medføre at de ikke får indstillet f.eks. det mobile Internet igen) samt hjælpe brugerne til at genvinde det tabte sociale netværk, der eller kunne forekomme ved tab af telefonbogens og kalenderens indhold.

IV. Presence – følelsen af tilstedeværelse

Af Signe Skovgaard Rasmussen & Anne Skov

FOKUS

Det iøjnefaldende ved det kvalitative materiale er for os, at de unge tilsyneladende, uanset alder og køn, altid har deres mobiltelefon tændt. Det kvantitative materiale bekræfter og konkretiserer dette ved at vise, at mobiltelefonen i gennemsnit er tændt 22 timer i døgnet, og at størstedelen af de adspurgte aldrig slukker deres telefon. Figur 1 illustrerer dette.



Figur 1.

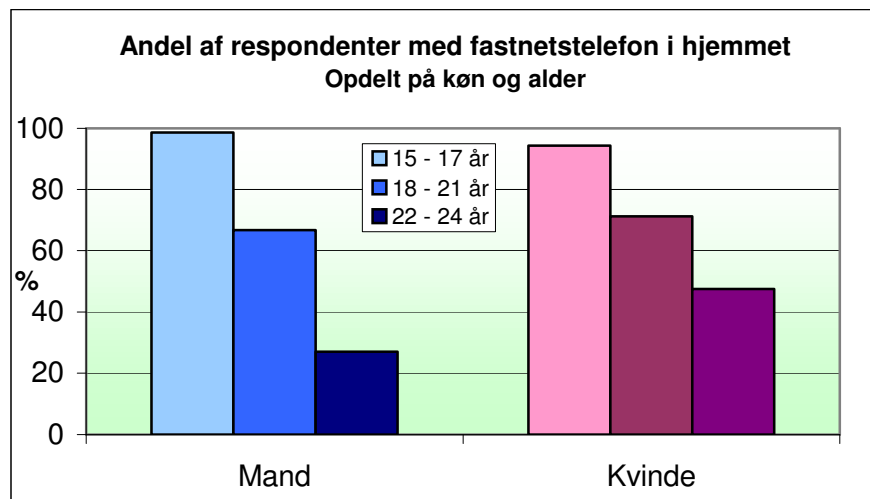
Mange interpersonelle interaktioner påvirkes altså tydeligvis af mobiltelefonen. Dette rejser for os følgende spørgsmål:

- **Hvordan forholder de unge sig til at være tilgængelige via mobiltelefonen?**
- **Hvilken oplevelse af tilstedeværelse skaber den medierede kommunikation, og hvilken indflydelse har den på den interpersonelle interaktion?**

MIKRO-KOORDINATION

Mobiltelefonen giver, gennem direkte kontakt mellem de koordinerende parter, mulighed for at ændre, om dirigere eller aflyse aftaler "on the fly", i det omfang man vælger at være tilgængelig. Det fremgår at "aftaler ofte ændres" og "tidsrammer brydes", forsinkelser er blevet "sådan lidt legalt", hvis bare man har givet besked via sin mobiltelefon. Mobiltelefonen er til dels en rent praktisk foranstaltning for de unge, den får hverdagen til at hænge sammen. For de yngste i målgruppen er det primært i forhold til koordinering mellem den unge og forældrene, eksempelvis i forbindelse med afhentning fra fritidsaktiviteter eller lignende. For de ældste, som er flyttet hjemmefra, er mobiltelefonen ofte den eneste telefon, de har, og dermed det primære medie som redskab til koordinering. Som figur 2 viser, har 96 % af de 15-17årige fastnettelefon, mod 38 % af de 22-24årige. De 15-17årige bruger mobiltelefonen til at koordinere interaktion med deres venner, for på den måde at holde sig opdateret om, hvordan stemningen er i vennekredsen, og hvor vennerne befinder sig. Anvendelsen af mobiltelefonen i den 'konkrete forstand' som et redskab eller værktøj til at få fat i folk og sikre tilgængelighed kalder vi for den *instrumen-*

tale brug af mediet. Respondenternes måde at koordinere på har dog også en *ekspressiv* karakter. Det vil sige, man bruger mobiltelefonen til andet end at informere eller arrangere aftaler, altså det rent redskabsmæssige. *Ekspressiv* brug ses for eksempel når man bare 'sender en tanke', eller på en anden måde vedligeholder venskaber.

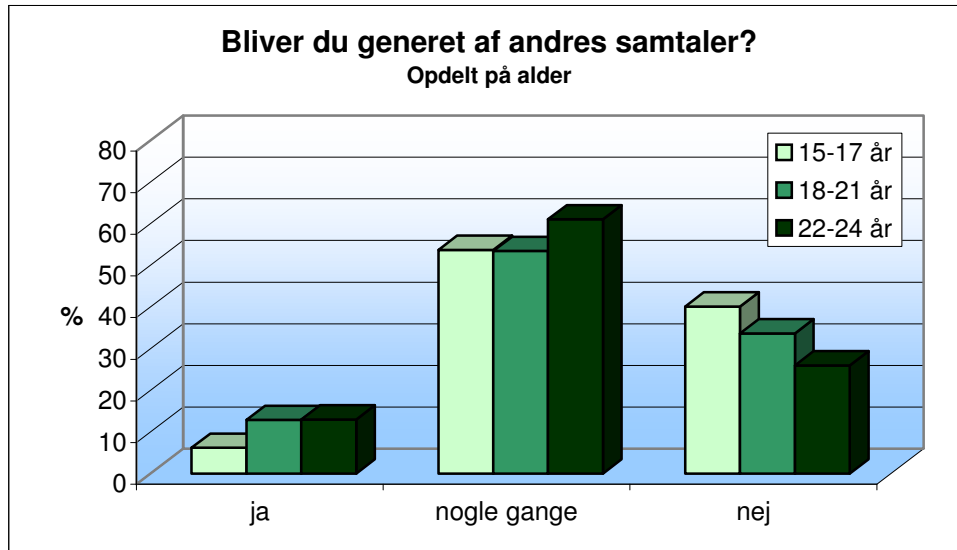


Figur 2.

Det offentlige rum

Man kan opfatte brug af mobiltelefonen som en gene og forstyrrelse i det offentlige rum, på trods af, at det netop er her, dens primære fordel ligger, fordi den, som tidligere nævnt, bruges til koordination "on the fly". Der er dog stor forskel på, hvordan vores respondenter forholder sig til brugen i offentligheden, der er udtalelser om alt fra nærmest ligegyldighed til virkelig at føle sig krænket. Udfra såvel det kvalitative som det kvantitative materiale fremgår det også, at de forskellige aldersgrupper ikke oplever offentlig brug af mobiltelefonen på samme måde. Generelt er tendensen, at de yngre ikke føler sig voldsomt generet af mobiltelefonen i offentligheden i det hele taget.

Hos de ældre er tendensen en lidt anden. Her hersker en større grad af irritation over mobiltelefonens forstyrren i offentlige sammenhænge, og de er meget opmærksomme på den larm mobiltelefonen medbringer. Ydermere ønsker de ikke selv at tiltrække sig opmærksomhed ved egne mobiltelefonsamtaler. Det er tydeligt, at de i høj grad forbinder visse regler og normer med, hvordan man bruger telefonen i offentligheden, flere taler f.eks. om, at det er simpel pli, at man ikke benytter telefonen i bussen, i biografen eller lignende. Dette gennemgås yderligere i artiklen om normativitet.



Figur 3.

ET MEDIERET SAMVÆR

Mobiltelefonens brug i samvær med andre er noget, der optager respondenterne i vores målgruppe meget. Både som ovenfor beskrevet i forhold til offentligheden, og specielt i forhold til, hvordan de håndterer mobiltelefonens tilstedeværelse i den interpersonelle interaktion med venner. I den forbindelse er det vigtigt at gøre sig klart, hvorfor en mobiltelefonsamtale kan virke forstyrrende på eller "konkurrerende" for den igangværende interpersonelle interaktion, og vi peger her på, at den grad af *presence* som opleves i brugen af mobiltelefonen er af stor betydning.

Presence defineres af Lombard & Ditton, som *the perceptual illusion of non-mediation*, (Lombard & Ditton 1997). Begrebet dækker netop over illusionen om at befinde sig i et andet rum end det fysiske, hvormed den medierede opleves som virkelig. Følelsen af *presence*, eller tilstedeværelse, er ikke som sådan bundet til et bestemt medie. Generelt antager man dog, at jo flere kanaler et medie har, og jo flere af menneskets sanser mediet dermed kan stimulere, desto større er mediets mulighed for at skabe en følelse af *presence*. (Lombard & Ditton 1997) Stiller man derfor tekstbaserede medier overfor auditive medier og visuelle medier, stiger graden af *presence* i nævnte rækkefølge. Når vi taler i telefon lyder det, med mindre forbindelsen er dårlig, som om den, vi taler med, er lige i nærheden. At tale i enten fastnet- eller mobiltelefon skaber altså en følelse af at befinde sig i et forestillet eller virtuelt rum, hvori kommunikationen finder sted - den medierede oplevelse føles virkelig.

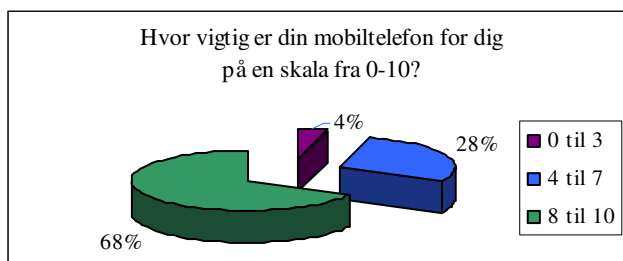
Mobile samtaler i interpersonel interaktion kræver på baggrund af ovenstående en stillingtagen til, hvordan man inkluderer og ekskluderer den fysiske tilstedeværende partner i forhold til den medierede interaktion. Sætter vi det lidt på spidsen kan vi således hævde, at det at skulle jonglere mellem en medieret og en interpersonel interaktion samtidig, kan sammenlignes med at skulle agere i to interpersonelle samvær i to forskellige rum. En følelse som 24årige Anna præcist sætter ord på her:

Anna: Jeg synes sådan, at den [mobiltelefonen] kan være meget forstyrrende sådan...altså det der med, at man kan være i ét rum, og så kan kommunikere med alle mulige mennesker som er i et andet rum samtidig med. Så er man ikke nærværende i det selskab eller det rum, man er i.

Sandsynligvis af denne årsag finder flere af de ældre respondenter, ifølge det kvalitative materiale, at mobiltelefonen er afbrydende og ødelæggende for nærvær i den aktuelle sociale situation. Derfor er de meget bevidste om, hvornår mobiltelefonen skal være slukket/på lydløs, og hvornår den må "være med" i interaktionen. De prioriterer i høj grad at give og modtage den fulde opmærksomhed i den sociale interaktion med andre. Dette kan tolkes som et udtryk for respekt overfor hinanden og for samværet, "om man vil risikere hyggen". Hos de yngre respondenter lader situationen dog til at være en lidt anden. Her integreres mobiltelefonen i det fysiske samvær med andre, og den medierede og den interpersonelle interaktion kan sagtens fungere samtidig, uden at det virker forstyrrende. Den medierede interaktion foregår sideløbende med den interpersonelle og deles med den fysiske tilstedeværende. Dette opfattes ikke som hverken respektløst eller ødelæggende for samværet. De yngste formår at håndtere det at være til stede flere steder på én gang. Dette *kan* hænge sammen med, at de yngre i højere grad end de ældre har ét fælles netværk, de trækker på i gruppen. Forstyrres den interpersonelle interaktion af en mobiltelefon, der ringer, vil det, hvis ikke det er forældrene, der ringer, ofte være en ven eller veninde fra samme netværk som de to fysisk tilstedeværende er en del af, eksempelvis en anden skolekammerat. Herved erfarer vi, at den interpersonelle interaktion ofte inddrages i den medierede.

EN MELLEMLØSNING

At være tilgængelig handler dybest set om at have mobiltelefonen tændt eller slukket. De fleste nyere mobiltelefoner kan sættes på lydløs, og man kan altså vælge en "mellemløsning", når man både vil være til stede i det samvær, der udspiller sig i det fysiske rum og tilgængelig i det medierede netværk. Stort set alle respondenter i undersøgelsen vælger, ifølge egne udsagn, denne "mellemløsning" i sociale sammenhænge. Det tyder dels på, at de formår at håndtere flere interaktioner på én gang, at multitasking, og dels på, at der er en vis "afhængighed" af at være tilgængelig. Hvorfor udelukke sig fra ét selskab blot fordi man fysisk befinder sig i et andet? "Afhængigheden" kommer dels til udtryk ved, at mobiltelefonen "altid" er tændt og dels ved, hvor vigtig den er for respondenterne, som vist i figur 4:



Figur 4.

I materialet tegner der sig et billede af to måder, hvorpå man finder "mellemløsningen" fordelagtig. Den ene forholder sig til det at have uafbrudt kontakt til sit netværk. Man kan se, hvem der har ringet og hvornår, man går ikke glip af information om, at nogen vil i kontakt med en, hvilket man ville gøre, hvis man havde telefonen slukket. Sådan bruges mobiltelefonen ofte i undervisningssammenhæng og på arbejde generelt, hvor mobilen jævnligt "tjekkes". Dette underbygges yderligere i det kvantitative materiale, som viser, at 6 % har mobiltelefonen slukket i skolen og 1 % har den slukket på arbejdet. Ud fra ovenstående vil vi formode at den her er på lydløs frem

for "tændt", en skelnen som vore respondenter opererer med. 17årige *Tina*, fortæller her om at have mobilen på lydløs:

Tina: Altså i timerne har jeg den bare på lydløs, og så kan jeg se, hvis jeg har fået en besked, men så er det ikke altid, at jeg lige svarer tilbage...Så der har jeg den mere tændt for at vide det, altså sådan for min egen skyld.

Ved den anden måde at bruge "mellemløsningen" på, er den et middel til at jonglere med flere mulige interaktioner på én gang. En anden interaktion, end den man er fysisk tilstede i, er inden for kort rækkevidde, og man kan løbende konferere med venner fra andre netværk, hvis man føler sig uden for eller søger andre og mere spændende muligheder. Dette bliver også gennemgået i artiklen *Mobiltelefonen, brugertyper og identitet*, under overskriften 'Gruppe-identitet' (side 4). "Mellemløsningen" benyttes ofte, af især de yngste respondenter, som, når det kræves af dem fra autoriteters side, f.eks. forældre eller lærere, at mobiltelefonen *slukkes*, gør den *lydløs* i stedet. Netop det, at de vælger lydløs frem for at slukke telefonen, kan give anledning til problemer f.eks. i skolen. Det er dog ikke noget respondenterne umiddelbart opfatter som et problem. Ling (2004) og Kasesniemi (2003) nævner tilsvarende problemstilling i forhold til henholdsvis norske og finske undersøgelser.

SMS

I forhold til mobiltelefonen i samspil med fysisk interaktion, er det nødvendigt at skelne mellem på den ene side det at foretage et mobiltelefonopkald og på den anden side det at skrive en sms. Sms som kommunikationsform udvider muligheden for at være til stede flere steder på én gang, idet graden af *presence* er en anden, end den vi oplever ved at tale i telefon. Vi træder ikke i samme grad ind i et medieret rum, og kan derfor nemmere integrere den tekstbaserede kommunikationsform i det interpersonelle samvær.

Det er, af teoretikere som beskæftiger sig med *presence*, bevist, at såkaldte "high presence media", altså medier, der skaber en høj grad af *presence* hos brugeren, er mere egnede til personlig rettede opgaver og "low presence media" til en mere simpel informationsudveksling. (Lombard & Ditton 1997, 18). Sms simulerer, som en nonverbal, tekstbaseret kommunikationsform, kun få af modtagerens sanser, og må derfor betragtes som et "low presence" medie.

Sms er altså i højere grad mulig at benytte samtidig med en interpersonel interaktion, fordi det at skrive en sms ikke kræver, at man trækker sig væk fra den aktuelle situation, i samme grad som en telefonsamtale gør det. Der synes at opstå en modsigelse mellem den "low presence" kommunikationsform, som vi har konkluderet at sms er, og den brug vi har set respondenterne referere til, som vi mener, er overvejende ekspressiv. De unges brug af sms kan ikke blot beskrives som en "simpel informationsudveksling". Forklaringen på dette skal søges andetsteds, for til trods for, at sms fungerer gennem ekstremt smalle kommunikationskanaler, er det vigtigt at betragte den *kontekst*, hvori kommunikationen indgår. Når der udveksles sms'er, trækkes der på et privat kendskab til modtageren og på fælles erfaringer de kommunikerende parter imellem. Der er således magtfulde fælles koder, en form for symbolsk reference eller fælles narration, som gør oplevelsen af *presence* stærkere, end man ville formode. Kendskabet til hinanden, de fælles erfaringer og de kontinuerligt sendte beskeder gør, at kommunikationen ikke starter "forfra" hver gang, men hvor fortællingen sidst slap. Sms'er er således dele af små dialoger, og man kan vove den påstand, at sms-beskeder, i den måde hvorpå de benyttes, har en synkronitet over sig (Pedersen 2002).

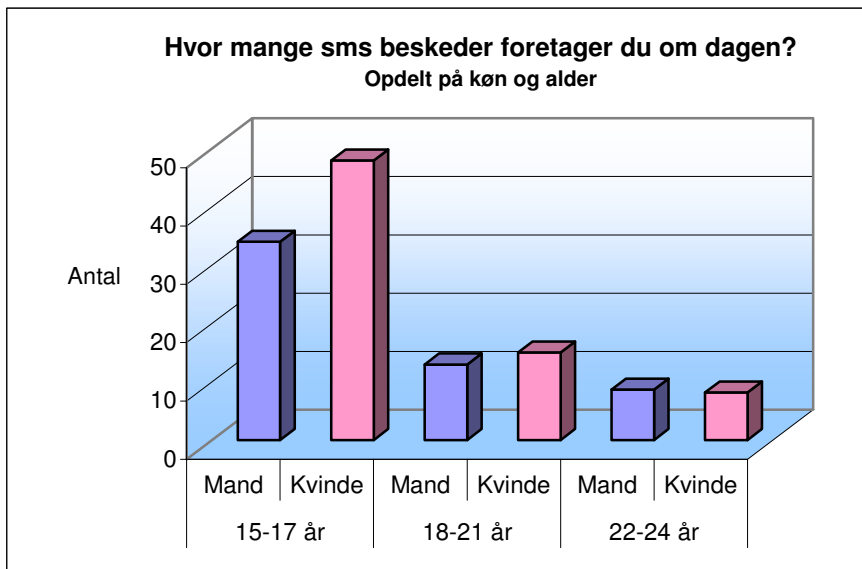
Sms bliver af respondenterne i både den kvantitative og kvalitative del af vores undersøgelse først og fremmest brugt til kommunikation mellem venner, veninder og kærester. Ud over koordineringsspørgsmål, som hvor og hvornår, benyttes telefonen til en følelsesmæssig kommunikation, hvor de kontinuerligt sendte og modtagne sms'er integrerer den unge i et socialt netværk og derved spiller en vigtig rolle for selvforståelsen. Fælles er det for pigerne i alle aldre, at de sms'er, som de sender og modtager, overvejende er af ekspressiv karakter. Pigerne har et behov for at følge med i hinandens hverdag, holde kontakt og understøtte eller vedligeholde et samvær i et allerede eksisterende socialt netværk.

Marie: Jamen det er sådan, det er sådan bare for lige at holde kontakten og bare for lige at prikke hinanden på skulderen og sige man stadigvæk er her. Og det kan være, jeg har læst en eller anden artikel om, at lige som aber sidder og piller lus på hinanden, så sender man også sms'er for lige som at, hyggen skyld og markere at man stadigvæk er der. Så jeg tror jeg piller lus på mine veninder. Ja (griner).

22årige Marie bruger her, i forbindelse med sms, udtrykket at *pille lus på hinanden* som en beskrivelse af den gentagne, ritualiserede adfærd, som udmærker sig ved at være intim, at man kan komme tæt på hinanden. Ligeledes nævner hun, at sms kan bruges til at *prikke hinanden på skulderen og sige man stadigvæk er her*.

For drengene betragtes sms som ideel i forbindelse med det at arrangere aftaler og informere om lektier og lignende. Flere påpeger direkte fordelene ved at tingene kan ordnes hurtigt. I de ældste aldersgrupper (20-24årige) er der et ambivalent forhold til sms. Der er en generel enighed om, at det er en smart kommunikationsform, men flere drenge i denne aldersgruppe bryder sig ikke om at *skrive* sms'er, fordi det ikke går hurtigt nok, fordi det er kedeligt, fordi det driller eller, fordi man, som Mogens siger, *har kæmpe pølsefingre*. I den sammenhæng er det interessant at bemærke, at de 15–17årige sender væsentlig flere sms beskeder end de 18-24årige. Der er flere årsager hertil: for det første har de yngre færre penge end de ældre, og bliver derfor i højere grad nødt til at sms'e i situationer, hvor de ældre i stedet ringer. Desuden er de yngste i aldersgruppen vokset op med sms og forbinder denne kommunikationsform med mobiltelefonen. I de ældre grupper har man oplevet mobiltelefonen, inden sms blev udbredt, hvilket har betydet at sms'en i højere grad bliver oplevet som en tillæggsfunktion. Brugen af sms i de ældste grupper kræver altså at man ændrer sine medievaner. Dette har vist sig at være svært; vores undersøgelse viser tydeligt, at de fleste er meget konservative, hvad medievaner angår. Et lignende fænomen kan i øvrigt observeres for computermedieret kommunikation, hvor de yngre foretrækker de nyere kommunikationsmuligheder som chat, primært via *MS Messenger*, hvor de ældre i højere grad sender e-mails.

Endelig bør man også tage selve formålet for kommunikationen i betragtning. De yngre anvender primært mobiltelefonen til at pleje og koordinere deres sociale liv, hvor man i de ældre grupper også anvender mobiltelefonen i forbindelse med arbejde og uddannelse. Indenfor disse områder er sms endnu ikke så udbredt en kommunikationsform, de fleste foretrækker i stedet at ringe eller e-maile.



Figur 5.

Selvom vi netop betegnede drengenes brug af sms som overvejende instrumental, ville det være ukorrekt helt at overse den ekspressive brug, fordi de f.eks. ændrer måden at formulere sig på afhængig af modtager. I den forbindelse betegner de jargonen mellem vennerne som mere "rå" eller "grov" i forhold til, når de skriver til piger. Den rå omgangstone er dog ikke bogstaveligt ment, men det handler om et tilhørsforhold. Det er: "bare vores måde at snakke til hinanden på", og det viser, hvordan de tilpasser deres sprog til konteksten, til den enkelte narration. Selvom drengene ikke bevidst italesætter deres ekspressive brug, trækker de altså, ligesom pigerne, på en kontekst eller fælles historie med modtageren, og bekræfter herved et tilhørsforhold til gruppen eller til den enkelte.

Flere af pigerne i vores målgruppe, både de yngre og de ældre, siger at de godt kan blive trætte af "hygge-sms'er", og at de ikke gider bruge penge på "hvordan har du det" - beskeder fra andre. De giver udtryk for en vis irritation over, at det forventes, at man svarer tilbage på en sådan besked med det samme. Dette kan indikere, at tilgængeligheden har en bagside, et forventningspres eller en stressfaktor, som man underlægger sig selv og andre. Sms bruges som en del af miko-koordinationen, hvor mobiltelefonen generelt har vist sig at være fordelagtig. Dog lader den væsentligste brug, uanset alder og køn, til at være ekspressiv. Dette, selvom drengene ikke selv italesætter denne brug, men dog alligevel sender såkaldte multifunktionelle beskeder med flere formål eller meninger. *Sms-beskeder udfylder et behov for tryghed og nærhed i mindst lige så høj grad, som de handler om informationsudveksling og praktisk koordinati-on* (Pedersen 2002, 65). Sms synes at have en særegen karakter idet den formidler direkte kontakt med vennerne løbende i hverdagen.

KONKLUSION

Mobiltelefonen har vist sig på flere måder at være de unges medie, det er deres adgang til sociale netværk og har således en stor indflydelse på deres selvforståelse. Den bliver en social aktør i deres hverdag, både fordi den er personlig og fordi den er en direkte kontakt til deres omgangskreds. *De unge vælger, af disse årsager, altid at have mobiltelefonen på sig og oftest er den tændt – linjen ind og ud er åben.* Denne tilgængelighed har, som vi har set, konsekven-

ser for det interpersonelle samvær, idet det er muligt at være tilstede i flere "rum" på én gang, hvilket respondenterne håndterer og forholder sig til på forskellige måder.

De ældre (20-24årige) er meget bevidste om og opmærksomme på deres egen og andres brug af mobiltelefonen, både i offentlige og private situationer. De finder det ikke hensigtsmæssigt hverken at telefonere eller sms'e, hvis de samtidig indgår i et fysisk, socialt samvær. De yngre (15-19årige) lader sig sjældent genere over andres brug og kan uden større problemer integrere mediet i det sociale samvær. Forskellen i opfattelsen kan måske, som vi har vist, skyldes den grad af *presence*, den medierede interaktion skaber, som for nogen gør det problematisk at være til stede i både en interpersonel og en medieret interaktion på én gang. Det medierede samvær kan være svært at inddrage i en interpersonel interaktion. Sms som kommunikationsform lader sig i denne sammenhæng nemmere gøre, idet den som en tekstbaseret form for kommunikation ikke giver brugeren den samme følelse af *presence*.

Respondenterne synes generelt at opfatte deres mobiltelefon, som noget positivt, de har så at sige et positivt "forhold" til mediet. Den forbindes dels med noget praktisk, dels med noget lystfyldt, ikke mindst fordi man igennem den er tilgængelig for og har tilgængelighed til det sociale netværk. Men som tidligere antydtes synes mediet dog at have en bagside netop i forhold til tilgængeligheden, hvor det at skulle "være på" konstant kan føles som et krav eller en forventning. Mange af respondenterne nævner selv denne dobbelthed, men trods alt lader det til, at den positive følelse i forhold til mediet er overskyggende.

V. Normativitet

Af Troels Fibæk Bertel

Ved normativitet forstås de sociale regler, eller normer som findes for generel opførsel, herunder mediebrug i forskellige sociale sammenhænge. Forfatteren foretager først en distinktion mellem to dimensioner af brugen af mobiltelefoner. Herefter undersøges brugen af mobiltelefoner i forskellige sociale kontekster, som strækker sig fra intime familiemiddage til brugen i offentlige transportmidler.

Generelle fund

Mekaniske udtryk og betydningsbærende indhold

Jeg vil indledningsvist fremlægge en analytisk distinktion mellem, hvad jeg har kaldt mobiltelefonens "mekaniske udtryk" og dens "betydningsbærende indhold". Begreberne skal forstås som en identifikation af to dimensioner af brugen af mobiltelefon, der kan virke udløsende for irritation over denne brug. Distinktionen er blevet til på baggrund af fundene fra datamaterialet, men præsenteres her før disse for at kunne tages i brug under præsentationen af fundene.

Det er langt fra alle de interviewede, der giver udtryk for, at de bliver generet af andres mobiltelefonbrug i sociale situationer jf. afsnittet "Det Offentlige Rum" i artikel IV om *Presence*. Når de interviewede imidlertid gav udtryk for at blive irriteret over brugen af mobiltelefon i sociale situationer, var der klare forskelle mellem, hvad der irriterede dem.

Jeg har inddelt de udløsende faktorer i to kategorier, "mekaniske udtryk" og "betydningsbærende indhold".

Mekaniske udtryk er udtryk, der er direkte afledt af menneskelig interaktion, herunder brug af mobiltelefon. Mekaniske udtryk generer ved deres sansemæssige påvirkning. Lyden af en telefons ringen falder i denne kategori; hvilken melodi telefonen spiller gør ikke. Det lydige niveau af en samtale i mobiltelefon falder ligeledes i denne kategori, mens indholdet af samtalen ikke gør.

Det interessante ved mekaniske udtryk er, at der ikke er nogen principiel forskel mellem de gener, der udvikles ved to fysisk tilstedeværende, der samtaler, og dem, der udvikles ved en samtale over mobiltelefon. Det er for den ufrivillige lytter selve lyden, der generer. Om denne lyd stammer fra almindelig eller mobil samtale er ligegyldigt for lytteren. Mekaniske udtryk vil i forbindelse med brug af mobiltelefon ofte være lyd, men ikke være begrænset til denne modalitet. For eksempel vil en person, der sms'er i biografens mørke og med sin lysende skærm tildrager sig opmærksomhed, ligeledes kunne genere ved det mekaniske udtryk af sin brug. Josefine på 22 år illustrerer oplevelsen af generende mekaniske udtryk i følgende citat;

Josefine: Jeg synes også selv at det er sådan lidt... lidt irriterende, når man sidder i bussen så er der 17 mennesker, der sidder og snakker i munden på hinanden i en telefon og den ene råber højere end den anden fordi at der måske ikke er så god forbindelse...

Betydningsbærende indhold generer ved betydningen af det kommunikative indhold fx emnevalg og graden af eksplicitet. Intime samtaler, som overhøres og generer er et eksempel på

dette. Med eksemplet fra tidligere vil lyden af en telefons ringen ikke være betydningsbærende indhold, hvorimod melodien, der spilles, vil falde i denne kategori.

Også her kan andre modaliteter end lyd genere; for eksempel kunne fremkomsten af videotelefon og erotisk indhold på de mere avancerede mobiltelefoner forestilles at ville kunne støde en tilfældig beskuer. Anja på 20 år illustrerer generende betydningsbærende indhold i følgende udveksling;

*Anja: ...en gang i bussen, der syntes jeg at det var lidt mærkeligt, der var der en pige der sad og havde en sex-chat i bussen, og der var ingen andre der snakkede i bussen, og hun sad og snakkede med sin kæreste og fortalte ham hvad hun ville gøre med ham i sengen og sådan nogle ting, det syntes jeg var lidt mærkeligt.
Interviewer: Men var det at hun var højlydt eller var det indholdet?
Anja: Det var indholdet, hun sad også brugte udtryk som 'pik' og sådan.*

Mogens på 24 år forklarer, hvori generne ved det betydningsbærende indhold består;

"...jeg bryder mig ikke om og blive ført ind i en eller anden andens samtale".

Hvor mekaniske udtryk primært generer på et sansemæssigt niveau, er det betydningsbærende indhold i højere grad i stand til at genere intellektuelt og følelsesmæssigt; man tvinges som lytter ind i den talendes verden og må forholde sig til denne, uanset om man ønsker dette eller ej.

Når den ovenstående analytiske kategorisering betragtes er det tydeligt, at de oplevede gener ofte vil omhandle begge dimensioner. Det er fx indlysende, at den lyttende er nødt til at opfange de mekaniske udtryk for at kunne generes af det betydningsbærende indhold. Det er dog vigtigt at pointere, at de interviewede oplever en forskel mellem irritation over netop mekaniske udtryk og betydningsbærende indhold. Der er flere, der oplever de mekaniske udtryk som generende end det betydningsbærende indhold. Der er tilsyneladende endvidere en demografisk skæv fordeling sådan, at det især er de ældre informanter, der generes af det betydningsbærende indhold. De mekaniske udtryk generer mere generelt.

Distinktionen gælder for alle situationer, hvor mobiltelefonen kan tænkes at finde anvendelse. Der vil dog sandsynligvis være forskelle på i hvilken grad de to dimensioner vil genere, alt efter hvilken social situation brugen forekommer i. Flere af de interviewede nævner således, at de generes af det betydningsbærende indhold i fremmedes mobile samtaler i det offentlige rum, mens ingen tilsyneladende generes af indholdet i samtalen, hvis personen, der taler, er en ven, hvis liv man har en interesse i. Benjamin på 21 år fortæller:

Benjamin: ...jeg har en tendens til at blive nemmere irriteret, hvis det er en, jeg ikke kender. Øh øh hvis de snakker højlydt og om noget, som ikke har noget med nogen at gøre. Eller, det har jo selvfølgelig med dem at gøre, men altså med mig, mig at gøre.

Det er i øvrigt interessant, at præcis de samme parametre ved en ringetone, der vurderes som positive af brugeren i forbindelse med identitetsskabelse ofte vil vurderes som potentielt negative af ufrivillige lyttere. Når Salem på 15 år således siger, at hans foretrukne ringetone skal være "høj" og "smart i det" er det netop de mekaniske udtryk og det betydningsbærende indhold, han omtaler⁴. Høje mekaniske udtryk er nærmest pr. definition generende for de øvrige tilstedeværende og en ringetone, der for en 15årig er "smart i det" vil efter al sandsynlighed vurderes anderledes af andre demografiske grupperinger. Heraf ses, at der i nogle tilfælde vil være

⁴ Som beskrevet i Marianne og Tinas artikel. på side XX.

en direkte interessekonflikt imellem ønsket om identitetsskabelse og de oplevede gener forbundet hermed.

Forskelle mellem tale og SMS

De interviewede giver ofte udtryk for at opleve en klar forskel i normativitet omkring brug af samtalefunktionen og SMS. Forskellen består i, at brug af SMS i højere grad end samtale kan fungere som en sideaktivitet. Det vil sige, at det opleves som muligt at SMSse og stadig bevare kontakten til den fysiske sociale situation, man befinder sig i. En mobil samtale vil i højere grad kræve en investering af opmærksomhed og derved fjerne fokus fra den fysiske situation. Morten på 19 år beskriver dette;

Morten: Ja, når jeg er sammen med venner, så snakker jeg helst ikke i telefon, for det synes jeg helst ikke, det er sådan lidt at pisse på dem... Jeg kan godt skrive SMS, når jeg er sammen med nogen, jeg kan stadig godt følge med i, hvad der sker. Men hvis jeg sidder og snakker i telefon, så er jeg jo nærmest væk i røret...

Netop fordelingen af opmærksomhed er også et af de typiske stridspunkter som mobiltelefonen introducerer i den type situationer, hvor man forventes at være fælles om et en aktivitet som for eksempel spisning.. Det er generelt i de 15-24-åriges øjne i orden at anvende mobiltelefonen i sociale situationer, blot er det et ufravigeligt krav, at man stadig kan være nærværende. Når det oplevede nærvær trues introducerer mobiltelefonen konflikt.

Specifikke fund

Jeg vil i det følgende præsentere en række fund fra vores materiale, som vedrører normativiteten forbundet med en række konkrete sociale situationer.

Samvær i hjemmet

De unge oplever, at forældrene generelt ikke opstiller ufravigelige krav i forbindelse med brug af mobiltelefonen. Som oftest ønsker forældrene, at der skal herske respekt omkring spisning og i mindre grad omkring mere uforpligtende hygge som for eksempel at se en film. Det er således generelt mere legalt at benytte mobilen, jo mindre kravet om nærvær er. Disse krav om respekt kan dog forhandles alt efter om et givent opkald eller en SMS vurderes som vigtigt. Flere af de interviewede taler om, at de forventes at vise hensyn i forhold til deres brug snarere end at overholde specifikke regler. Danny på 20 år udtaler for eksempel " ...Vi ville nok vurdere situationen meget hurtigt i hovedet, om det er noget man har, om man vil risikere hyggen så at sige, fordi at man lige vil tage et opkald.". Dermed bliver brugen af mobiltelefonen foretaget ud fra en vurdering af den konkrete situation. Flere informanter nævner tidspunkter, hvor den udvidede familie er samlet, som situationer, hvor mobilen ikke naturligt finder anvendelse. Lise-lotte på 16 år fortæller;

Lise-lotte: ...jeg synes det er uhøflig hvis man sidder og er til sådan et eller andet familierangement eller et eller andet, eller noget venne, eller mere familie, altså så kan man ikke sidde sådan og hele tiden og ringe og skrive, jeg bruger det kun hvis det er yderst vigtigt så lige en SMS eller lige hurtigt ringe eller sådan... Men så går jeg væk fra bordet selvfølgelig.

De fleste af informanterne tager disse uskrevne regler for givne og respekterer dem, måske netop også fordi reglerne for de fleste ikke er ufravigelige, men kan forhandles efter nødvendig-

heden af at tage et bestemt opkald eller svare på en bestemt SMS. Der er kun meget svage spor af konflikter at finde i undersøgelsen; generelt deler de unge forældrenes normative optik. Danny, 20 år, fortæller;

Interviewer: *Er det noget du er enig i eller er det noget påført fra dine forældre?*

Danny: *Det er nok mere påført af forældrene egentligt, jeg syntes at det er enormt irriterende at man sidder og spiser og folk løber efter telefonen.*

Selvom Danny i dette citat egentlig først svarer, at respekten er påført af forældrene, fremgår det, at han tilslutter sig deres normer, idet han siger "jeg synes, det er enormt irriterende...".

Undervisning i uddannelsesinstitutioner

De unge giver generelt udtryk af at være rationelle omkring deres brug af mobiltelefonen under undervisningen. De er bevidste om mulige negative konsekvenser ved at bruge mobilen i timerne. Generelt taler de unge ikke i mobiltelefon i løbet af undervisningen, antageligvis fordi de mekaniske udtryk en samtale afstedkommer dels ville være lette at opdage og dels være forstyrrende for undervisningen. Der er dog eksempler på informanter, der fortæller om brug af samtalefunktionen i timerne. Rasmus på 17 år fortæller for eksempel;

Rasmus: Altså lærerne de er jo, de er for det meste rimelig blinde, det er rimelig utroligt at de ikke opdager det. De lægger ikke mærke til hvis vi sidder og ringer, fordi der er så mange i et lokale, så man kan godt lige sidde og ringe stille og roligt.

Med hensyn til SMS er billedet et andet. Mange af informanterne indrømmer at de skriver og modtager SMS under undervisningen. SMS anvendes i denne sammenhæng som en måde at undgå at kede sig; hvis timen bliver for kedelig kommer mobilen i brug. Pernille på 15 år oplever endvidere, at lydløs-funktionen på telefonen tilsyneladende finder mindre anvendelse i kedelige fag end i spændende fag; "Det er også de rigtige timer de ringer i: matematik og fysik og alle de kedelige fag."

De fleste af de interviewede ser intet problem i, at andre skriver SMS, hvilket for eksempel illustreres af Tina på 17 år:

... altså, der er nogen, der sidder med den fremme i timerne og skriver, og det synes jeg, det er fint nok, det styrer de selv

Der lader dog til at være en forholdsvis stærk normativitet omkring ikke at forstyrre undervisningen. Således har stort set alle informanterne deres egen mobiltelefon på lydløs i timerne. Endvidere nævner flere informanter, at det er at udvise mangel på respekt for underviseren at bruge sin mobiltelefon i timerne, og at de derfor undlader at gøre det.

Ansigt-til-ansigt mellem venner

Vi så under *Samvær i hjemmet*, at der var forskelle mellem den krævede respekt i forbindelse med spisning og mere generel hygge i hjemmet. Det var generelt mere legalt at benytte mobilen, jo mindre kravet om nærvær var. Det samme gør sig gældende ansigt-til-ansigt mellem venner.

Der er et tydeligt skel mellem samtaler og SMS i denne sammenhæng. Tendensen er, at det i højere grad er tilladt at sidde længere tid og sende SMS end at samtale. Samtale er tilladt, men

mange af informanterne nævner det som et krav, at samtalen holdes kort, hvilket antageligvis skyldes den højere grad af bevidsthed, der investeres i tale end SMS.

Om dette siger Tina på 17 år.

Altså, hvis jeg var sammen med nogle venner, og de så sad og snakkede i telefon hele tiden, så ville det genere mig lidt, for så er man jo sammen men dem, og så ville det også være meget rart hvis de også var der ik?'

De ældre af de interviewede beskriver intime middage, hvor man er 2–8 ude at spise sammen, som situationer, hvor mobilen ikke er velset. For eksempel siger Marie på 22år:

...hvis det er sådan noget middag, intim middag, hvor man sidder sådan otte stykker, ja men så begynder man jo ikke at SMSse."

Generelt lader der også til at være en sammenhæng mellem, hvor formelt et forhold en venneklok har, og hvorvidt det er velset at anvende mobiltelefon i sociale situationer eller ej. Der er flere af de interviewede, der nævner, at med venner, man ser ofte, er det mere normalt at anvende mobilen, end med venner man ser sjældnere. Dette er formentlig et spørgsmål om respekt, sådan at personer man sjældent ser vises en større formel respekt og interesse end folk, man mere eller mindre konstant plejer omgang med. Pernille på 15 år fortæller for eksempel, at hun blev generet over ikke at blive vist denne respekt:

...jaja vi ser jo bare ikke særlig tit hinanden, så jeg synes godt lige hun kan styre sig lidt.

En af SMS vigtigste funktioner er at forebygge kedsomhed for den skrivende og eller modtagende. Dette blev også berørt under *Undervisning i uddannelsesinstitutioner*. SMS giver således mulighed for at vælge, hvilket kommunikativt rum, man ønsker at befinde sig i på et givent tidspunkt. Dette betyder også, at sociale situationer, som for eksempel fester, kommer under pres; hvis ikke festerne leverer varen og underholder, risikerer man, at de unge i stedet vil anvende SMS enten som rendyrket underholdning eller til at koordinere deres flugt fra den kedelige situation. Om dette siger Marie på 22 år:

Marie " ...jeg tror da heller ikke, jeg ville sætte mig til at, en eller anden lang SMS samtale eller et eller andet til en fest, selvfølgelig hvis der var røvsygt, så kunne det da godt være..."

I det offentlige rum

Vi ser i vore data, at der er stor splittelse mellem de interviewede i deres normativitet angående brug af mobiltelefonen i det offentlige rum. Eller rettere; i deres normativitet angående andres brug. Med hensyn til deres egen brug er der en klar tendens til, at det er tilladt at skrive og modtage SMS i stort set hele det offentlige rum. En forklaring på dette er, at SMS-brug sjældent generer ved hverken sine mekaniske udtryk eller sit betydningsbærende indhold. Her er det også vigtigt, at de andre tilstedeværende ved brug af SMS ikke kan aflæse kommunikationen, da de mekaniske udtryk stort set ikke formidler et betydningsbærende indhold. Der er således også en klar tendens til, at de unge foretrækker at tage deres egne opkald uden for hørevidde af andre. Dette skyldes netop, at samtalsmekaniske udtryk i modsætning til SMS i høj grad tydeliggør det betydningsbærende indhold for de andre tilstedeværende. Førnævnte Marie fortæller:

Interviewer: Når der er andre mennesker til stede, at du er i en eller anden offentlig situation på en eller anden måde, bruger du din mobiltelefon i den situation?

Marie: Jeg kan finde på at sms'se, men jeg ville aldrig snakke.

Med hensyn til andres brug er billedet mere delt. Mange har intet imod at der tales i mobiltelefon i det offentlige rum. En del generes af de mekaniske udtryk, der opstår i forbindelse med brugen af mobiltelefon, især kan høj stemmeføring og ringende telefoner genere. Spurgt direkte herom svarer flere af de interviewpersoner, som føler sig irriteret, at der ikke er forskel mellem to personer, der sidder og taler sammen og en person, der taler i mobiltelefon. Der synes dog stadigvæk at være større fokus på - og irritation over - netop brugen af mobiltelefon, hvilket formodentlig skyldes, at teknologien er relativt ung og endnu ikke fuldt integreret i det sociale liv. Relativt få nævner det betydningsbærende indhold som en gene. Det er imidlertid interessant, at selvom flere omtaler mobiltelefonbrug i det offentlige rum som generende end som positivt, er der enkelte af informanterne, der finder, at det er underholdende at høre på andres samtaler.

Der lader blandt disse interviewpersoner til at være en forståelse af, at når man vælger at publicere sit privatliv gennem mobile samtaler i det offentlige rum, er det tilladt for de omkringstående at lytte med god samvittighed. De fleste af de interviewede nævner endvidere, at mobilen sættes på lydløs i biografen eller på restaurant. På café er det mere legalt at have sin telefon tændt end på en restaurant. Marie på 20 år siger for eksempel om dette:

Marie: Altså hvis det er meget fine restauranter, så kunne jeg også godt studse over det, men altså men hvis det er normale restauranter, cafeer eller pizzeria'er, det tager jeg mig ikke af det.

Når informanterne for eksempel nævner biografen som et sted, hvor mobiltelefon ikke tolereres, hænger det formodentlig sammen med flere forhold, deriblandt at biograferne selv forsøger at opdrage folk til at slukke mobilen under filmene. Det er dog også tydeligt, at brug af mobiltelefon både i biografen og til dels på restaurant undergraver selve formålet med at den sociale situation, hvilket er at koncentrere sig om at se en film eller nyde en rolig middag. Begge dele er privilegier, man har betalt penge for at kunne nyde.

VI. Identitet og stil i sms- beskeder

Af Christian Østergaard Madsen

Da mobiltelefonen var ved at blive udbredt tillagde de som ikke havde mobiltelefoner ejerne af mobiltelefoner bestemte værdier og egenskaber. Dengang var det at have en mobiltelefon med til at forme ens identitet. Samtidig var det at skrive sms beskeder noget mange tilskrev bestemte grupper: børn og poptøser.

Om stil i sms-beskeder

I dag, hvor nærmest samtlige unge har en mobiltelefon, og langt de fleste skriver sms beskeder, hænger identitet og mobiltelefon snarere sammen med, hvilken slags mobiltelefon, man har og hvordan man bruger den. Dette omfatter i høj grad, hvorledes man udtrykker sig i sms beskeder, det vil sige hvilken stil man bruger og hvad man skriver om. Ved stil mener jeg: De særtræk ved en sms besked, som adskiller den fra andre beskeder, og som får afsenderen heraf til at fremstå som et individ. Mange af vores respondenter, specielt pigerne kan se, hvem der har skrevet en bestemt sms besked, også selv om vedkommende har anvendt en andens mobiltelefon. Nogle af pigerne forklarer dette med, at de bare har en fornemmelse, men adspurgte yderligere fås følgende bud på de træk som kan afsløre afsenderen af en sms besked, og som vores respondenter forbinder med sms stil.

- Begyndelse og afslutning, hvordan starter man en besked.

Skriver man hej eller hey, kommer selve beskeden uden nogen hilsen. Skriver man sit eget navn på til sidst? Skriver man modtagerens navn på?

- Anvendes der forkortelser?

Anvendelsen af forkortelser i sms beskeder skyldtes tidligere i høj grad at der var penge at spare ved at begrænse sig til en enkelt besked. I dag er det blevet væsentligt billigere at skrive sms beskeder og mange unge betaler en fast takst, for eksempel 100 kr. mod ubegrænset antal sms-beskeder. Dette kommer da også til udtryk ved, at de af respondenterne, som fortæller at de bruger forkortelser, primært gør det for at spare tid, ikke for at spare penge. Samtidig er der også en tydelig tendens, som peger på at det blandt drengene kun er de meget flittige sms'ere som bruger forkortelser, hvor forkortelser generelt forekommer hyppigere hos pigerne. De flittigste sms brugere betaler ofte et fast månedligt beløb for et ubegrænset antal sms'er.

- Skriver man med store eller små bogstaver og er sætningerne grammatisk korrekte?

Enkelte ældre mobiltelefoner kan for eksempel kun skrive store bogstaver og det er derfor let at se, om man modtager en besked fra sådan en telefon. Tidligere var der også en tendens til at spare mellemrummene væk og i stedet skrive det første bogstav i hvert nyt ord med stort.

- Tegnsætning.

Anvendelsen af bestemte tegn, antal punktummer, brugen af smileys eller lignende kan også ofte afsløre afsenderen. En måde at bløde budskaber op på, og skabe tvetydighed hos modtageren er ved at benytte sig af en speciel tegnsætning. Mange af de unge fortæller, at de tillæg-

ger tre punktummer særlig betydning og selv bruger dem efter en sætning, hvis de ønsker at modtageren skal hæfte sig ved den. Anna, 24, siger:

Int: Tror du, at du har skabt din egen sms stil på en eller anden måde?

Anna.: Nej jeg tror egentlig, at det mere er noget jeg har tolket i forhold til de sms'er jeg selv har fået ind. Det ved jeg ikke. De fleste jeg har talt med, har det på samme måde, altså har en fyr for eksempel skrevet: "Jeg synes at du er rigtig sød...(prik, prik, prik)", så synes han nok, at man er mere end sød. Hvorimod har en fyr skrevet: "Jeg synes også du er sød. (prik)", så synes han måske ik' du var så sød, som hvis han havde sat tre prikker (griner). Eller os' er det noget vi bilder os ind, jeg ved det ik'.

- Bruges der fonetiske udtryk, som for eksempel Q og Z i 'Qnuz'?

Brugen af Q og Z'er i sms beskeder er meget omtalt og har da også tidligere været populært (Middelbo 2003; Laursen 2002). Her er det dog vores erfaring at anvendelsen af disse bogstaver i dag, indenfor samtlige aldersgrupper og på tværs af kønnene, stort set kun anvendes ironisk. Der er en klar opfattelse af, at det kun er de helt unge poptøser som skriver på denne måde.

På indholdssiden er der også en væsentlig faktor som kan afsløre afsenderen:

- Anvendelse af kælenavne, eller brugen af andre indforståede koder.

Henvises der til bestemte episoder eller bruger man ord, som man ved at kun få personer kender til?

Generelt er der en tendens hos respondenterne, specielt de ældste, at de gerne vil udtrykke sig korrekt og ikke anvende forkortelser og fonetiske udtryk. Dette sker til dels ud fra et ønske om at gøre det nemmere for modtageren at læse beskederne, samt for at fremstå med autoritet og troværdighed, som 23årige *Hans* her giver udtryk for:

Int: Det ville så være mit næste spørgsmål om dit, om din stil den, den varierer i forhold til hvem du skriver til.

Hans: Eh, ja det gør den. Men generelt så vil jeg sige at jeg prøver at gøre meget ud af, det lyder lidt nørdet, men jeg prøver at gøre meget ud af, jeg prøver at gøre noget ved kommasætningen.

(...)

Int: Altså du kan jo godt forstå, du kan jo godt forstå hvad der står i beskeden ikke?

Hans: Jeg det kan man godt, men eh, men det er jo ikke korrekt dansk. Altså hvis man have en smule troværdighed eller hvis folk skal (...) ja det ved jeg ikke, det er jo også vigtigt selvom man skriver en ligegyldig besked som er følelsesladet, men under alle omstændigheder så, så altså synes jeg budskabet går renere ind med det her. Nu har jeg heller aldrig altså, jeg er ikke så meget teenager så jeg kan være med på det her sms sprog, og der var ikke sms sprog da jeg selv var teenager på den samme måde.

Samtidig er der, som det også fremgik af citatet, en tendens til at man skifter stil afhængig af hvem man skriver til. Typisk vil slang udtryk og lignende ikke blive taget med i en besked til ens forældre. Dette er dog bestemt ikke unikt for sms mediet, eftersom de fleste varierer den måde, de taler på i forhold til, hvem de taler med og, hvor de befinder sig. Sms beskederne og stilen deri er et eksempel på, at kommunikation i sidste ende er baseret på den almindelige ansigt-til-ansigt samtale, uafhængigt af hvilket medie, der anvendes. Som 15årige *Bilal* fortæller:

Int: Har du så lagt mærke til, hvordan starter du en SMS-besked og hvordan slutter du en?

Bilal: Det, øøh... Mest piger, så starter man med "Hej", men når vi er drengen, vi er lidt rå over for hinanden, og sådan noget, selvom det ikke er noget, vi er ikke uvenner eller noget, men det er måske vores måde at snakke til hinanden på. Det kan godt være lidt råt. Ikke noget med "Hej", det er bare: "Hvor er du henne, din bums", det kan være...

Int: Men når du så skriver til en pige, hvad starter du så med?

Bilal: ... "Hejsa, hvad laver du? Hvis du har tid i dag, skal vi så mødes?"

Om anvendelsen af smileys i sms beskeder.

Sms mediet lader brugere udveksle tekstbeskeder på op til 160 tegn. Denne væsentlige begrænsning har vist sig både at være en fordel og en ulempe for mediets udbredelse. På den ene side betyder det, at man hurtigt kan skrive en besked. Flere, blandt andet *Usability* gurun Jacob Nielsen, mener, at dette har været hovedårsagen til sms mediets popularitet. På den anden side sætter de 160 tegn simpelthen en begrænsning for, hvor meget information man kan overføre.

Samtidig er der ydermere en begrænsning for kommunikationen, i forhold til en samtale: sms beskeder kan kun overføre bogstaver og tegn. Dette betyder at man bliver nødt til at klare sig uden en lang række af de supplerende kanaler og udtryksformer, fx ansigtsudtryk, øjenkontakt, tonefald og gestik, som vi benytter os af, når vi taler med hinanden ansigt til ansigt. Betydningen af dette fravær afhænger af, hvad beskeden omhandler: Hvis man bare skal høre om der er købt ind, eller sige at man er på vej hjem, er det ikke nødvendigt at bruge supplerende kanaler for at modtageren skal forstå, hvad man siger. Problemerne opstår, når sms beskeder bliver anvendt til at vedligeholde sociale relationer. Her vil beskedernes indhold ofte være af en mere kompleks art og mediets begrænsninger bliver langt mere synlige: SMS mediet kan i sig selv kun overføre tekst, og ikke de følelser der ligger bagved budskabet, eller den intention man har med det. Hvis man ønsker en forståelse af en konkret sms besked, er det utilstrækkeligt kun at se på mediets fordringer eller beskedernes indhold. Den generelle kommunikative kontekst for kompositionen og receptionen af en given besked må medtages i læsningen heraf. For virkeligt at forstå en sms besked er det derfor nødvendigt, at man har et kendskab til de faktorer som sammen med beskedens indhold danner den samlede betydning hos modtageren. Til disse faktorer hører informationer om modtagerens vennekreds, hverdagsliv og generelle mediebrug.

Der er en tendens i vores interviews som peger på, at piger er noget bedre til at aflæse følelserne og intentionen bagved et budskab, end drengene er. En af måderne pigerne gør dette på, er ved at benytte sig af den viden, de har om afsenderen og medtage konteksten for kommunikationen, når de læser en besked. 16årige *Tina* fortæller:

Int: Jeg tænkte på: Kan du mærke på en af dine veninder, hvis det er en du kender godt, om vedkommende er i dårligt humør når hun skriver en SMS?

Tina: Ja. Helt tydeligt. Altså: F.eks. hende der skriver "hej sveske". Hvis hun skriver det, så er hun bare glad, det kan jeg mærke på hende. Men hun er sådan en som, hvis hun er i dårligt humør, så skriver hun bare: "kommer du til træning, eller hvad" og der kan man tydeligt mærke det. Fordi så skriver hun hverken en indledning, et indledende hej eller, og hun slutter heller ikke beskeden af. Så virker det som om hun er i lidt dårligt humør. Eller også har hun i hvert fald meget travlt.

Int: Men hvis den besked havde kommet fra en af dine andre veninder, som måske ikke bruger SMS så meget, så kunne det godt være...

Tina: ...Ja, altså mine kusiner, så ville jeg ikke tænke at de var sure. Det... Sådan er det bare nogen gange. Hvis de skynder sig, hvis de sidder ovre i skolen: "kommer du og henter mig fra skole i dag", så skriver de ikke... for de skriver dem altid i timerne, og så kan det godt være det skal gå

stærkt, så tænker jeg ikke at de er sure. Så der er meget forskel på veninder, hvordan du kan se det på beskederne.

Int: Men du tænker også over: måske sidder hun i timen og skriver en SMS under bordet?

Tina: Ja. Det tænker man. For det kan jeg også se på beskederne. Det kommer an på hvad hun skriver.

En af drengene, 18årige *Jacob*, fortæller derimod, at han ikke kan aflæse hvilket humør afsenderen af en sms besked er i, og derfor foretrækker at ringe:

Jacob: Ligesom sådan eh, hvis det nu er mor man ringer til og siger 'Jeg kommer lige et kvarter for sent' så kan man høre okay er hun sur, hvordan skal jeg være når jeg kommer hjem. Det kan man ikke i en sms besked.

Int: Nej.

Jacob: Hvor der bare står 'OK' vel?

Vores respondenter fortæller, at de største problemer med sms beskeder opstår i de tilfælde hvor man forsøger at være morsom og benytter sig af ironi eller sarkasme. Ved anvendelsen af humor er timing og tvetydigheder ofte nødvendige, men disse kan være meget svære at overføre gennem sms, da det indholdet primært er tekst og beskederne ydermere sendes asynkront. Hvis man ikke kan aflæse modtagerens humør, risikerer man at forsøge at være morsom på et forkert tidspunkt. Resultatet kan blive, at man i stedet for at være morsom kommer til at såre eller irritere den man taler med, eller blot ikke bliver forstået. Det er netop i disse situationer, at smileys kan hjælpe. 15-årige *Klaus* fortæller:

Int: Nej, ehm, sender, bruger du smileys eller sådan nogen ting når du skriver sms beskeder?

Klaus: Ja. Ehm, også når jeg sender, eller bruger Messenger. Fordi det kan være svært at finde ud af hvad for et humør du er i.

Int: Ja.

Klaus: Når du bare sender en sms, ikke?

Int: Ja.

Klaus: Så, så et eller andet sted, så kan jeg godt lide det der smiley-system der.

Int: Mhm. Ja, ja, hvad giver så, du siger humør?

Klaus: Ja, det er lidt svært ehm, det er lettere at se, på en hvis du ser, sidder face-to-face, og se hvad for noget humør de er i, ikke?

Int: Mhmm.

Klaus: Det kan være lidt svært når de sms'er.

Int: Ja.

Klaus: Så det kan være at de er dybt ulykkelige ikke, også du prøver at komme med en eller anden sjov joke.

Citatet viser en række af de fordele som anvendelsen af smileys giver. Samtidig peger det også på et meget positivt karaktertræk hos *Klaus*: Han benytter sig ikke kun af smileys for selv at blive bedre forstået, men også ud fra et ønske om ikke at såre den, han taler med. Anvendelsen af smileys sker altså ud fra en positiv intention, og et ønske om at blive rigtigt forstået. Vores informanter giver *smileys* følgende egenskaber:

Smileys:

- er med til at forhindre misforståelser, og fremmer den tiltænkte forståelse af et budskab.
- gør det muligt at komme med humoristiske kommentarer og anvende ironi.
- gør det nemmere at udtrykke sine følelser i en besked, og hjælper modtageren med at aflæse, hvilket humør man er i.

- kan varme en ellers kold sms besked lidt op, så den ikke lyder så hård.
- skaber oplevelse af at man kommer lidt tættere på den man taler med

Naturligvis kan man også misbruge smileys, og lyve i beskederne. Men der er få eksempler på at vores respondenter fortæller at de lyver overfor hinanden, og ingen eksempler på, at anvendelsen af mobiltelefoner medfører, at man lyver mere end man ellers ville. Ganske vist er det nødvendigt at forholde sig kritisk overfor udtalelserne, det er få som ønsker at fremstå negativt, eller fortælle om deres dårlige sider. Ikke desto mindre er det rart at beskæftige sig med målgruppens udtalelser om smileys, og om de positive effekter ved brugen deraf. Når man tænker på den kritik, som ofte rettes mod nye elektroniske medier, og unges brug heraf i særdeleshed, er det bekræftende at finde eksempler på, at unges mediebrug også kan finde sted ud fra et ønske om fællesskab og nærhed.

VII. TILLID OG RISIKO

Af Gitte Stald

Diskussionen om tillid og risiko i forbindelse med mobiltelefonbrug kan ikke ses isoleret fra spørgsmål om tillid og risiko i forbindelse med digitale medier i bredere forstand og i det moderne samfund i det hele taget. Problemer og potentialer ved mobiltelefoner afspejler de problemer og potentialer, vi generelt oplever ved integration af digital teknologi på et samfundsmæssigt niveau og i vores daglige tilværelse. En lang række af de temaer, der dukker op i forbindelse med mobiltelefonbrug, er således diskuteret før, ofte med et kritisk/negativt udgangspunkt: spørgsmål om samfundsmæssig henholdsvis privat overvågning, kontrol og sikkerhed, spørgsmål om potentiel oplevelse af/værdi af intimitet og tilstedeværelse i medierede rum, spørgsmålet om misbrug af mediet/teknologien til at genere andre og spørgsmålet om mediets dominans i forhold til ikke-medieret interaktion. I denne artikel fokuseres der først og fremmest på mobiltelefoner; dels selvfølgelig, fordi det er udgangspunktet for forskningsprojektet *Mobile medier, mobile unge* og for denne rapport, dels fordi der ses særlige variationer over de nævnte temaer, når det er det håndholdte, allestedsnærværende multimedie, mobiltelefonen, der er i fokus. Udgangspunktet for analysen er objektivt, det vil sige, der ligger ikke en skjult ide i artiklen om, at brugerne burde være mere forsigtige, på vagt, forskrækkede, bekymrede eller restriktive.

Erfaringer, antagelser, følelser, holdninger

Det er bemærkelsesværdigt så lidt spørgsmål om tillid og risiko ved mobilbrugen optager deltagerne i vores undersøgelse, den offentlige debat og politiske, pædagogiske, akademiske diskurs til trods⁵. Pragmatisk set kan det skyldes prioriteringen i vores spørgeguide, men ved en efterrationalisering spørges der faktisk gennemgående ind til problemfelter, der kunne give informanterne mulighed for at komme mere ind på erfaringer med eller overvejelser omkring spørgsmål om tillid og risiko i forhold til mobiltelefonen. Det gælder både på et overordnet plan, som for eksempel spørgsmål om overvågning eller på et konkret som diskussion af om mobilen er sikker som betalingsredskab eller kanal til politiske afstemninger. I de fleste interviews kommer informanten ind på et eller flere spørgsmål om tillid og risiko, men med ganske få undtagelse kun direkte adspurgt og promptet. Det er derfor nærliggende at konkludere, at brugerne ikke har de store bekymringer eller forbehold i den retning.

Denne gennemgående tendens er interessant i lyset af resultaterne fra en ny undersøgelse⁶, der viser, at ni ud af 10 af de adspurgte er negative over for tv-overvågning, så snart denne nærmer sig den private sfære, mens 97 % for eksempel mener, at tv-overvågning af banker og butikker er i orden⁷. Da mobiltelefonen er det ultimativt private medie, er det således lidt overraskende, at der ikke er større opmærksomhed på såvel de negative risikofaktorer som på de positive potentialer for tillid. Men måske er det netop telefonens private karakter – brugeren har oplevelsen af at være i kontrol - samt det faktum, at den både er allestedsnærværende og selv-

⁵ For eksempel offentliggørelse af rapporter om strålefare, overforbrug i økonomisk og funktionel forstand og bekymringer om individets uselvstændiggørelse gennem den stadige opdatering og kontrol. Det er også interessant, at et forskningsområde med tilhørende akademisk tidsskrift fokuserer på studier af "surveillance" i det moderne samfund.

⁶ Det Kriminalpræventive Råd: TV-overvågning. Fakta om TV-overvågning i Danmark, februar 2005.

<http://www.crimprev.dk/sw2436.asp>

⁷ Langt de fleste af disse mener at overvågning er en sikkerhed, og at overvågning kan forhindre kriminalitet.

følgelig og samtidig lille og ikke-opsigtsvækkende (i sig selv), der gør diskussionen om tillid og risiko uvæsentlig for de fleste brugere.

Manglende udtryk for risiko kan fortolkes som udtryk for tillid. Ifølge Stig Hjarvard (Hjarvard 2002 med reference til Luhman) er "tillid" en funktionel, rationel og nyttig "handling", der gør ageren i komplekse, sociale systemer mulig. Det vil sige, tillid er en forudsætning for optimal eller i det mindste selvfølgelig brug af mobiltelefonen, således som det er tilfældet for vore informanter. Tillidsgraden kan naturligvis også hænge sammen med, at de færreste af deltagerne i vores undersøgelse formentlig har selvoplevede erfaringer med risiko i forbindelse med mobilbrugen på et kollektivt, samfundsmæssigt niveau. Vi har generelt tillid til demokratiets sikring af borgerens rettigheder og kender måske især til mobilen som overvågningsredskab eller tracking-system fra anekdoter, nyhedsdækning (Thorsen/Trads-sagen⁸) eller fiktion (Ørnen⁹).

Kort sagt giver mobilen brugeren utallige muligheder for at interagere, modtage og distribuere information, og for umiddelbar og individuel respons, samtidig med at mobilen / mobilnettet også muliggør utallige former for kontrol, monitorering og overvågning. Dette opfattes eller opleves som positive muligheder i bestemte kontekster af vore informanter, men det rejser også en række spørgsmål om privathed og offentlighed, demokrati og borgerrettigheder.

I det følgende præsenteres, som det er tilfældet i de forudgående artikler, det efterfølgende de væsentligste fund og konklusioner fra en mere omfattende analyse af artiklens tema. Selvom spørgsmål om tillid og risiko ikke ligger øverst på interesseskalaen hos vore deltagere peger materialet alligevel på en række interessante problemstillinger. Der er en række spørgsmål, der kan diskuteres, ud over de, der præsenteres efterfølgende. Den tematiske opdeling er imidlertid baseret på de emner, der er kommet frem i interviewene og de afspejler således det, der optager brugere i målgruppen, som det udtrykkes gennem deres erfaringer, antagelser og holdninger.

Spørgsmål om tillid og risiko og mobilbrug må nødvendigvis diskuteres i forhold til henholdsvis samfundsmæssigt niveau, gruppeniveau og individ/bruger-niveau, fordi der må skelnes mellem samfundsmæssig udnyttelse af adgang til viden om borgernes aktiviteter og den enkeltes handlinger i dagligdagen ved hjælp af mobilen. Ligeledes må der skelnes mellem tillid til, at teknologien fungerer og er sikker i bestemte situationer, tilliden til at telefonen giver en følelse af sikkerhed, og tilliden til, at andre ikke misbruger informationer eller udnytter den mobile kontakt på forskellig vis. I det følgende er diskussionen dog tematiseret uden gennemgående systematisering i forhold til disse niveauer. Systematiseringen vil fremgå af den længere artikel, der udarbejdes om emnet.¹⁰

Tillid til mobilen - helt konkret

Tilliden til mobilen går både på den konkrete beskyttelse, muligheden for at tilkalde hjælp med mere og på den symbolske betydning, det Ling kalder for rekvisit-betydningen eller det symbolske ikon for "forbindelse" (connectedness) (Ling 2004:45). På den måde bliver forestillingen om mobilen som sikkerhed, den emotionelle støtte, lige så vigtig, eller måske vigtigere end den konkrete brug, hvor man i situationen kan tilkalde hjælp. "While it is common to hear of either

⁸ Hvor folk med en god hukommelse måske erindrer at det var meget dyrt og besværligt for politiet at efterspore de fatale mobiltelefonsamtalers ift lokalitet og indhold.

⁹ Hvor populære nyhedsmedier har gjort en del ud af, at de avancerede 3-telefoner, der blev brugt i serien, var dumies der slet ikke virkede på det givne tidspunkt – og da slet ikke med den fremstillede kvalitet.

¹⁰ Planlagt akademisk antologi på baggrund af MoMU-projektet, som nævnt i indledningen.

actual chronic or acute situations in which the mobile telephone is used, it is far more common to hear discussions of its potential use" (Ling 2004:42). Et meget udbredt eksempel, som både nævnes af informanterne og blandt andre af Ling (s.47), er det at bruge mobiltelefonen, dvs oppe ved øret, som signal til omverdenen = potentielt truende personer, om at man er forbundet med andre, at man ikke er alene i situationen. Det er ganske oplagt for piger i situationer og på steder, hvor de føler sig utrygge.

Som også Ling gør opmærksom på (s.47) er en del af mobilens funktion som beskyttelse og sikkerhedsredskab i nogle tilfælde kun symbolsk og ikke tilstrækkelig. Det hænder, at man hører om at folk har været ude for fatale oplevelser, selv med mobilen i beredskab. Og en særlig trussel kommer måske fra brugerne selv, i de tilfælde hvor de føler sig trygge på grund af mobilen i lommen eller ved øret og måske tager chancer, de ellers ville have undgået. Et mørkt og øde sted rækker tiden måske nok til et overfald, før hjælpen når frem, eller det viser sig, at batteriet er fladt, at sendenet er nede eller ikke rækker, at man bliver overrasket, at en truende part via sin egen mobil kan tilkalde en større gruppe hurtigere, end man selv kan nå at få assistance. Det er i høj grad forestillingen om at kunne afværge en konkret risiko, der er vigtig for brugerne.

OVERVÅGNING

Overvågning er et af de spørgsmål, der optager såvel politikere, forskere og medier en hel del i relation til digitale medier. Men som nævnt i indledningen, er der ikke nogen i vores undersøgelse, der gør sig større bekymringer omkring mobilens mulige anvendelse i overvågningsøjemed på samfundsniveau:

Int.: Men hvad syntes du at det gør, hvis det gør noget i det hele taget?

Anders: Jeg har lidt en fornemmelse af at du prøver lidt at lokke noget ud om overvågnings-samfund og noget?

Int: Nej overhovedet ikke (prøvede at lokke noget ud om intimitet mellem mennesker i verden...)

Anders: Jeg er egentligt totalt ligeglad.

(Anders, 22 år)

Anders' udsagn passer med hans tilsyneladende ubekymrede livsholdning i almindelighed, jvf. hans historie. Men hans holdning matcher den generelle mangel på bekymring over risici i forbindelse med mobilbrug, som det nævnes indledningsvis. Man kan formentlig fremprovokere refleksioner over emnet ved at spørge meget konkret ind til spørgsmål om overvågning, offentlig kontrol, politiets anvendelse af de informationer om trafik og indhold, som teleselskaberne har pligt til at gemme i flere år osv. Men de samfundsmæssige interesser henholdsvis problemer i at tracke folk og deres aktiviteter via mobilen står ikke øverst på informanternes problemliste.

Privat overvågning / kontrol / eftercheck

En række relevante emner dukker op i forhold til mobilbrugen i hverdagen. Et eksempel er brugen af mobilkameraet til fastholdelse af situationer, dokumentation på godt og ondt. Karen på 21 svarer på spørgsmålet om, hvad hun ville sige til at blive fotograferet af sine venner til en fest, hvor hun er fuld og pinlig:

Karen: (griner) Lige i situationen er man nok ligeglad, men jeg vil nok dagen efter tænke "Åh nej! Har de billeder af det?". Nej, jeg ved ikke helt hvad du mener. Du mener om man vil føle sig overvåget på en eller anden måde eller hvad?

Int.: Ja det var egentlig det. Hvad det betyder, at der er kameraer tilstede i situationen. Fordi at man jo netop godt kunne forestille sig, at andre kom til at se ens fjollede..

Karen: Ja. Ok på den måde.

Int.: Men det er ikke noget du har oplevet nogensinde?

Karen: Nej, det er det faktisk ikke, altså jeg går ud fra, at dem der virkelig er mine venner og som har kameraer i sin telefon de vil vel ikke være så feje at tage billeder og sådan noget (griner).

Det væsentligste her er ikke de fremprovokerede meninger om hvordan det ville være at blive udstillet i ubehagelige situationer "dagen derpå", men det, at hun har fuld tillid til sine venner. Hvis de udnytter situationen er de tydeligvis ikke rigtige venner.

Et andet eksempel er den lille, dagligdags kontrol. Rikke på 24 år fortæller om, hvordan hendes veninder kan finde på at checke deres kærestes mobil og at hun finder det grænseoverskridende:

Og jeg sidder da også tit og snakker med veninder, nu er jeg single selv, så det er ikke fordi det er et problem, men ehh, men at hvis de ikke ved hvor de har været henne og sådan 'Okay, jeg ved godt det er forkert, men jeg gik ind og tjekkede telefonen'. Altså, det er sådan ligesom en meget privat ting og jeg synes også det kan være grænseoverskridende, jeg ville også selv blive sur (...) altså hvor det er sådan privat at man går ind og tjekker op på hinanden, på en eller anden måde.

I begge disse eksempler opstiller brugerne altså ganske klare etiske / moralske rammer for, hvordan man opfører sig i et tillidsforhold. Hvis det forhold er i orden, er der ingen risiko ved brugen af mobilen, men mistilliden for eksempel til kæresten kan få den enkelte til at handle "forkert", til at overskride privatlivets grænser. Her muliggør mobilen en kontrol.

Samtidig med at mobilens funktion som kontrolorgan har betydning i den konkrete situation, hvor forældre, kæreste, venner, myndigheder kan spore den enkelte, kan allestedsnærværelsen, muligheden for altid at være tilgængelig medføre en konstant *tilstand* af kontrol og kontrolleren. 17årige Lisa omfatter begge virkninger i nedenstående:

Altså, det kan jo godt give en tryghed, at hvis man skal gå alene hjem om aftenen, at man har en telefon på sig. Men hvis alle ikke lige behøver vide, hvor man er på det og det tidspunkt, så kan det også være lidt irriterende, så hvis man har den slukket af en eller anden årsag, og folk har prøvet at ringe til den, så jamen hvorfor havde du den slukket der og hvad lavede du der? Så det er også sådan lidt kontrol, som der er over en hele tiden, for du har jo en ting på dig, som gør at alle kan komme i kontakt med dig, og det er jo egentlig en kontrol.

Francine på 21 år reflekterer over, at man selvom der er positive sider ved mobilen er man nærmest lidt fanget, fordi man "aldrig er sådan frit stillet ... man er aldrig helt alene. Der er altid, altså man kan altid få fat i hinanden og man kan altid Der er også sådan kontrol over en."

På sin vis er det "noget-for-noget"-princippet: for at få sikkerhed og tryghed må man acceptere en vis grad af kontrol og monitorering.

Tillid - indhold - risiko

Spørgsmålet om tillid og risiko handler i lige så høj grad om hvad man kommunikerer om, som hvordan og i hvilke situationer, man gør det. Anja på 22 kommer indirekte ind på, at telefonsamtalen – indtil videre – er flygtig. Det vil sige, modsat sms-beskeden, der kan videresendes, kopieres, gemmes, ændres, er samtalen sikrere i risikosituationer:

Int: Hvad med hensyn til emner, er der noget du ikke kunne finde på at skrive om?

A: Hmmm, ja det er svært, nej det tror jeg ikke, man skal bare være sikker på at man sender den til den rette person, eller jo, hvis personen kunne finde på at vise sms'er til nogle, så

hvis det er personligt, og man ikke rigtigt stoler på personen, så er det nok bedre at ringe til personen.

En anden form for risiko ved kommunikationsmåder er de nødvendige – de, man pålægger sig selv af moralske og emotionelle grunde. Nogle ting kan skrives, men nogle gange er man nødt til at løbe risikoen og ringe. Sune (21 år) siger for eksempel på spørgsmålet om hvorfor det er bedre at ringe og slå op end at slå op via sms:

Sune: (lang pause). Altså i en telefon, ja det ved jeg ikke, der kan man ikke bare lige, altså sms har man jo sådan set, der har man jo klappet på med det samme, så der kan man sådan. ...

Int.: Ikke nogen kommunikation?

Sune: Netop, altså det, det er sådan en slags, hvad skal man sige, det er lidt mere risikabelt at ringe op. Det synes jeg man skal. Man skal ligesom udpege nogle muligheder for at svare lidt igen og give en nogle, råbe lidt, ikke, hvis det er det.

PROBLEMER OG POTENTIALER / SAMFUND, BORGER, BRUGER

Mobilen som stemmeseddel og Dankort

Et af de meget interessante emner, der er diskuteret i en lang række af interviewene er spørgsmålet om at bruge telefonen til andet end interpersonel kommunikation, nemlig som "betalingsseddel" eller som mulig anvendelse i demokratiske processer som for eksempel stemmeafgivning i forbindelse med valg handlinger (ikke Idols og MGP, men til Folketing, lokalvalg og så videre). Holdningerne er delte såvel mellem informanterne som hos den enkelte. På den ene side beskrives muligheden for at bruge mobilen som Dankort eller stemmeseddel, populært sagt, som praktisk, enkel, tidsbesparende, altså som en positiv mulighed, vel at mærke, hvis sikkerheden er i orden. På den anden side beskrives muligheden som alt det modsatte: for let at stemme via sms – og for indviklet med nødvendige sikkerhedsprocedurer, udtryk for dovenskab, traditionsbrud – uanset sikkerhedsniveau. De fleste af de, der kommer ind på emnet, kunne godt forestille sig at stemme via sms – enten uden forbehold, eller under visse forudsætninger. En mindre, men ikke uvæsentlig del udtrykker skepsis for om sikkerheden vil være i orden, såvel rent teknisk i valg handlingen, som i forhold til telefonens sårbarhed, som for eksempel synliggøres, hvis en mobil bliver stjålet (se citat fra Benjamin s.65).

Skepsis over for at stemme for eksempel til Folketingsvalget¹¹ via sms udspringer imidlertid ikke alene af frykten for om sikkerheden er i orden. En række informanter mener simpelthen at valg handlingen mister sit særlige skær af aktiv deltagelse i demokratiet, måske ligefrem sin højtidelighed og aura. Denne skepsis overfor digitale afstemninger, som afspejler et emotionelt forhold til traditioner er interessant, set i lyset af den selvfølgelighed, hvormed mange af informanterne hele tiden omformer deres dagligdag med digitale medier og på et eller andet niveau integrerer ny teknologi i hverdagslivet. De fleste udtrykker imidlertid en "både-og"-holdning, som Anja på 22 år:

Ja, så kunne jeg godt tænke mig det, men kun hvis det var sikkert og man var sikker på at det kom frem. Men ellers så syntes jeg at det egentlig er en lidt sjov tradition at man står dernede og venter og skriver på et papir og sådan noget, det er hyggeligt på en måde.

21årige Torben taler om stemninger og lægger frykten for traditionsbrud over på andre. Samtidig er han et typisk eksempel på "både-og"-holdningen:

¹¹ Interviews'ene blev indsamlet i oktober – december 2004, altså før Folketingsvalget i februar 2005 blev udskrevet.

men hvis jeg skulle se på det nu, og de kunne introducere det i morgen, så ville jeg syntes det var meget synd, fordi det var en meget speciel stemning i løbet af sådan en dag på valgdagen og sådan nogen, der kommer jo alle de her gamle traditioner frem i folk uuuha! "Det her det kan man ikke li"! Men jo - selvfølgelig! Hvis man var i en situation, hvor man ikke kunne komme til valgstedet, så ville det være en helt klar fordel, at der var et alternativ.

En del informanter blander overvejelserne om den potentielle sikkerhed – eller mangel på den – sammen med overvejelserne om at vil være "for let" -, altså, at et folketingsvalg er en alvorlig sag, man ikke bare lige kan afgøre ved en sms – selvom den funktionelle virkning er den samme.

Demokratiske problemer og potentialer

Et væsentligt perspektiv, som nødvendigvis må afføde diskussion, er 17årige Lisas overvejelser omkring, hvad digital afstemning kan betyde for den demokratiske proces. Sidst i sin refleksionsfølge når hun frem til, at digitale afstemninger er for bekvemme og det vil betyde, at vælgerne ikke sætter sig ind i det grundlag, de skal stemme på. Hun udtrykker det mere indirekte, men set i et overordnet perspektiv, er konsekvensen, at det demokratiske grundlag svækkes:

Int.: Hvad nu hvis du skulle stemme til folketinget, ville du kunne lide at stemme til den slags over sms?

Lisa: Nej, det synes jeg ikke. Jeg synes også det er en dårlig ide, hvis det skal foregå over Internet. Fordi jeg synes, at hvis man skal op og lægge en stemme, hvis du selv går op og sætter krydset, så mener man det mere, så er det noget man vil. Det er for nemt at gå ind på Internettet, så kan alle og enhver jo bare, jeg ved ikke hvordan jeg skal forklare det, men hvis man virkelig vil det, så vil man også gerne gå den tur hen og stemme, i stedet for bare at sidde, selvfølgelig er det nemt og hurtigt, men så tror jeg også bare der er mange flere, som ikke har villet det ordentligt som bare sætter et kryds, som ikke sætter sig ind i det. Som egentlig ikke ville gå ned og stemme, men så bare fordi at det er nemt, så gør man det så. Så det synes jeg ikke, det er jeg lidt imod. (min understregning, GS)

Det er selvfølgelig spørgsmålet, om der er en direkte sammenhæng mellem grad af indsats i forhold til valghandlingen (huske valgkort, bevæge sig til valgsted, sætte kryds, putte sedlen i boksen osv) og indsatsen i forhold til at sætte sig ind i de politiske dagsordner. Hvis man læser Lisas udsagn på tværs af materialet, afspejler de snarere en antagelse om/holdning til mobilen som et "lettere" medie end andre, og mobilbrugen i almindelig som mindre forpligtende, end udsagnene afspejler reel viden om, at det vil forholde sig således.

En anden vinkel på dette emne er spørgsmålet om mobilens begrænsninger i forhold til indholdsformater og tjenester og omfang. For eksempel nævner Sune (21 år) der har deltaget i en sms-afstemning om Christianias fremtid, at den type afstemninger er forføjede, fordi de er foretaget alt for selektivt og derfor ikke giver indtryk af befolkningens gennemsnitlige holdninger. Mediet begrænser validiteten i kraft af egne begrænsninger, og det er vanskeligt at sikre, at de, der svarer er repræsentativt udvalgt og at de får et ordentligt grundlag at stemme på. Sune mener også, at det vil være vanskeligt at deltage i for eksempel debatter om samfundsspørgsmål via sms (altså eksisterende tjenester) fordi man har for ringe kapacitet (antal tegn) til rådighed. Internet og Messenger anses for at være bedre. Sune nærer altså ikke modvilje mod mobilafstemning på grund af sikkerhedsproblemer eller hensyn til traditioner, men begrundet i refleksioner over samspil mellem potentialer og begrænsninger.

Et spørgsmål, der kan vise sig at få stor betydning er den potentielle ændring af den enkelte borgers (og måske især den unge brugers) status fra at være almindelig borger til at over-

tage en del af den udøvende magts rettigheder. En dansk politichef har for eksempel i pressen omtalt muligheden af, at borgere ved hjælp af mobilkameraet registrerer ulovlige handlinger og personer, der opfører sig mærkeligt, truende, ulovligt, og straks videregiver disse informationer til politiet. Tilsvarende, men uden egen beslutning kan man komme til at levere data om egne og andres aktivitet via mobilens log. Det kan diskuteres om det er af betydning og i hvor høj grad det vil realiseres, men den selvfølgelighed hvormed mobilen indgår i alle mulige situationer taget i betragtning er det sandsynligt, at disse muligheder lige så stille også tages i anvendelse. I den lettere, men på sin vis ligeså betydningsfulde, ende ligger muligheden/risikoen for at blive den private paparazzo, der altid registrerer "interessante" personer, kendte som ukendte, med muligheden for at sælge fotos og andre informationer til ugeblade og andre medier, der betaler for den bedste historie.

Digitale kompetencer, samfundsmæssig indflydelse, tillid til platforme

Et område, der kun nævnes af få, men som implicit ligger som en gennemgående tråd i vores materiale, er spørgsmålet om forholdet mellem teknologi-indsigt, teknologi-anvendelse og indflydelse. Nedenstående relaterer sig såvel til diskussionen om demokratiske processer som til spørgsmålet om mobilens funktionalitet og ikke mindst til den potensering af brugeren, som digitale kompetencer muliggør. Forestillingen om (baseret på antagelser eller kendsgerninger?), at man i fremtidens (fremtid= i morgen) samfund skal være trænet teknologibruger med indsigt i teknologiens funktioner og virkninger for at få indflydelse er bekymrende men også interessante for enkelte deltagere i vores undersøgelse. Dette fokus på potentielle betydninger af "The digital divide" ses generelt i forhold til teknologiudviklingen og med momentan opblussen, når populære hardware eller software med stor gennemslagskraft kommer på markedet og integreres i de sociale og kulturelle praksisser. 22årige Anders siger:

I og med at jeg tror at det kommer til at gå stærkere og stærkere med at udvikle nye ting, det der med at jeg allerede er, allerede ikke kan følge med, og ikke kan halvdelen af de ting man skal kunne for at bruge for at bruge nogle af de nye ting, og ikke gider lære det. Jeg har en fornemmelse af at jeg meget hurtigt er ved at blive sat af løbet, altså den teknologiske udvikling. Jeg er stadig rimeligt stolt af at vide hvordan en gramfonplade virker, der er stadig et par finesser jeg ikke kan forstå, men jeg har ingen anelse overhovedet om hvordan en mobiltelefon virker rent teknisk. Det gør det selvfølgelig for de fleste mennesker, men der skal jo sidde nogle mennesker og udvikle de her nye ting.

Så dem der kan finde ud af det kommer til at betyde meget mere i vores samfund, så bare dem der har et minimum af kendskab til elektronik kan komme til at betyde meget i samfundet.

I vores materiale er den modsatrettede tendens imidlertid eksplicit repræsenteret i deltagernes udsagn, nemlig den selvfølgelighed, hvormed digitale medier, herunder mobilen, anvendes til en lang række funktioner og kommunikative handlinger, og til at rationalisere forskellige handlingsgange. Internettet nævnes af flere som en mulighed, der for nogle er bedre og mere sikker end mobilen. For eksempel siger Benjamin på 21 år:

Så ville jeg hellere sige Internettet. For den sags skyld, hvis det endelig skulle være fordi det tror jeg er mere sikkert. Så skulle man i hvert fald være uhyre sikker på at det skal være noget med koder. Man skal få tilsendt en kode eller et eller andet. Med posten og så skal man kunne komme ind. Fordi ellers så kunne man jo stjæle en andens mobiltelefon og det er jo heller ikke alle der har mobiltelefoner.

Denne tillid til Internettet skyldes måske, at vi er ved at vænne os til at betale via Internettet og føler os mere trygge ved sikre sider, anvendelse af koder osv. . I forhold til denne anvendelse er spørgsmålet om kontrol og sikkerhed et samspil mellem myndigheders / institutioners sikkerhedsforanstaltninger og evne til at overbevise brugeren om sikkerhedsniveauets standard, og på den anden side brugerens eget ansvar for at forstå, hvordan man gør, og hvordan man selv bidrager til sikkerheden. Det skal man i forvejen i forbindelse med brug af betalingskort, mens valg handlinger i høj grad er tredobbelt eksternt kontrollerede handlinger. Her bliver det måske vanskeligere/vil tage længere tid at overbevise vælgerne/brugerne.

En del informanter har dog også tillid til mobilen. Danny på 20 mener for eksempel sagtens, at man kan stemme via sms, og hans forbehold i forhold til mobil netbanking går ikke på sikkerheden, men mere på den mulige informationsmængde, man har til rådighed på mobilen og brugerfladens begrænsninger:

Jeg tror ikke at jeg ville bruge det, selvom ideen er god nok. Jeg kan godt lide at holde overblikket, og det har jeg på netbank, det er begrænset hvor meget der kan stå i en sms, og ligegyrdigt til det formål der kan jeg godt lide at sidde foran en rigtigt. Det er ligesom om at brugerfladen bare ikke er optimal til det.

Danny er tilsyneladende mere informeret end de fleste om mulighederne i digital samfundsadministration. Han nævner for eksempel at mobil netbanking i begrænset version allerede findes, og at kommunerne allerede bruger "ikke lige Messenger, men andre chat-systemer. Men sms er bare ikke lige noget der bruges, og det er jo til grin egentligt."

ANDRE RISIKO-FAKTORER

Mobning

Spørgsmålet om overvågning rækker ind over brugen af mobilen til mobning. Anne på 21 nævner et eksempel, hvor mobilkameraet har været brugt til at fotografere jævnaldrende i situationer, som de siden har kunnet drilles med

... Der var en stor sag i Aalborg, tror jeg faktisk, det var. Hvor der var nogle drenge, der havde taget billeder af nogle andre drenge i prøverummet. De har jo været nødt til at lave skolepolitikken om rigtig mange steder, om at man ik' måtte ha' telefonerne med i omklædningsrummet og så på den måde, nedbryder telefonen egentlig os' nogle grænser.

Eksempler på mobning omfatter alt fra drillerier med hvilken mobil man har, til gennemførte, nogle gange kollektive kampagner mod en enkelt person. Dette er en diskussion for sig. Her skal det blot nævnes, at det ifølge de "ældre" deltagere, der kommer ind på emnet, finder sted blandt børn, og at det bør medføre overvejelser om, hvorvidt helt unge overhovedet bør have mobiltelefoner.

20årige Marie:

Jeg tror ikke at unge, små unge, yngre unge, jeg er jo også ung men altså yngre end mig unge, øh er modne nok til at hånd... håndtere sådan et altså man kan jo se på alle de der sms-mobberier og måske ville mobningen også finde sted normalt, men der er jo der er jo lettere at, eller sværere at finde frem til når det er sådan noget sms mobning så der tror jeg. Jeg tror også det kræver sådan en vis modenhed at få et sådan man skal have sådan en vis form for ansvar og det. Også fordi man kommer til at bruge den primært til at smsse og ja. Nej men altså det er der jo meget med altså, i folkeskolen og nogle af de der klasser. Øh det har jo været helt vildt meget oppe med at ja der foregik sådan noget. Og sså kan de jo også, så slutter det jo heller ikke når de kommer hjem fra skole, så fortsætter det jo sådan hele tiden med at man får sådan nogle sms mobning.

Det er interessant, at mobning blandt unge voksne ikke nævnes, skønt det med stor sandsynlighed finder sted. Enten er det et tabu-område, eller også er det sværere at definere mobning mod voksne, fordi det muligvis antager mere indirekte former.

Smart and fast-mobs

Rich Ling nævner, hvorledes mobiltelefoner kan bruges til at organisere kriminelle banders illegale aktiviteter, og man kan i tilføjelse, at mobilen også spiller en vigtig rolle i for eksempel bandeopgør, i akut opståede konflikter mellem forskellige grupperinger, og andre krisesituationer, hvor bekendte af de forulykkede/overfaldne/kriseramte kan nå at være hurtigere på stedet end politi og ambulance. Funktionen nærmer sig det, Howard Rheingold kalder smart mobs, fordi der sker en sildestimeagtig effekt, der får alle til at bevæge sig med et minimum af information, som i øvrigt er indforstået, i samme retning og i samme stemning. I vores datamateriale er det nærmeste eksempel på overvejelser om den type brug af mobilen imidlertid organiseringen af spontant opståede sms-fester. 20årige Marie fortæller:

Og så er der så også de der sms fester. ... det er et helt vildt stort problem. Eller det var det her til sommer, hvor man så laver det der, man sender en "vi er på en eller anden strand kl. det og det" og så sender man til alle på ens telefonbog og så kan de sende den videre og pludselig så sidder der 120 unge nede og drikker sig pissestive og så det. Ja, bliver de fundet døddrukne rundt omkring i folks haver og sådan noget.

... en ung pige, hvad var hun, 16år, [der] holdt fest ovenpå hos dem og det var også noget sms noget og pludselig kom der så åndssvagt mange som hun ikke anede hvem var og pludselig var der en der var fuld og blev kørt over og ambulancerne kom og så var de andre ligeglade for de kendte hende jo alligevel ikke og så ja. ... Ja, sådan men der er ikke rigtig så meget kontrol over det når det er de der sms, det er sådan lidt uforpligtende bare at sende måske.

På den ene side muliggør mobilen altså den individuelle kontrol og overblik over muligheder og situationer. På den anden side kan der ske det stik modsatte, når mobilen mobiliserer grupper på uventet eller uhensigtsmæssig vis, hvor den enkelte risikerer miste kontrol og overblik.

Stråle- og andre farer

Rich Ling bruger en del plads i sin bog på at diskutere mobil-samtaler, mens man kører bil – et emne, som vores informanter ikke kommer ind på. Det skyldes formentlig både, at de færreste er bilister, at emnet forekommer lidt langt fra den snak om social brug af mobilen, som interviewene fokuserer på, - og at de ikke er blevet spurgt, men også, trods regelmæssigt tilbagevendende politisk- og pressefokus på problemet, at det ikke står øverst på listen over bekymringer.

Til gengæld kommer et par af vores informanter, Francine og Marie, begge 21 år, ind på et andet eksempel på en konkret, potentiel negativ virkning, nemlig strålefare. Marie siger for eksempel:

Udsender skærmen ikke sådan ligesom sådan nogle farlige bølger, når man, er det ikke sådan man sidder med, og de der 3mobiler, er det ikke det? Jo, det fortalte min veninde mig det var meget farligt (semi-ironi her, betoner meget) og den udsendte øh sådan ligesom mikrobølgeovns bølger ud i hovedet på en. ... (griner) men uden nogen et eller beskyttende så det var meget farligere, man fik garanteret kræft. (Griner) Jeg ved så ikke om det er rigtigt.

Udsagnet er en blanding af referencer til noget, hun har hørt om noget muligvis videnskabeligt undersøgt, og med usikkerhed om, hvad det egentlig er, det konkret drejer sig om. Og præsenteret med en ironisk drejning og udtryk for skepsis sidst i citatet. Dette afspejler ganske godt

den dobbelthed, der ligger i mange af de problematiserende udsagn, vi er stødt på i vores materiale: demonstration af på den ene side viden om, at visse emner diskuteres og muligvis har noget på sig, på den anden side en personlig distance, der gør det muligt at fortsætte den ubekymrede brug.¹²

PERSPEKTIVERING

Spørgsmålet om tillid og risiko hænger dybest set sammen med to grundlæggende muligheder, som mobiltelefonbrugen aktuelt set giver brugerne: på den ene side giver mobilen mere udbredt frihed, såvel til at kunne frigøre sig fra begrænsninger i tid og rum, men også i forhold til den personlige udfoldelsesgrad. På den anden side åbner mobilen såvel imellem individer som mellem samfund og individ mulighed for overvågning, kontrol og "følgelse". I vores undersøgelse har vi dog fundet ganske få eksempler på at erfaringer med eller bekymringer over risici på et samfundsmæssigt niveau ligger højt på listen af overvejelser om brug og betydning af mobilen. Fokus er umiddelbart rettet mod spørgsmål om tillid og risiko i forhold til den almindelige, daglige brug. Kun i enkelte tilfælde eller direkte adspurgt overvejer nogle af informanterne de typiske problemstillinger, som de normalt fremstilles.

Et meget udramatisk eksempel på spørgsmålet om kontrol og tillid fra hverdagslivet – lad os sige for en 15årig pige – kan være, at pigen den ene får lov til at gå til fest og være længe ude, så længe hendes telefon er åben og tilgængelig. Mor har tillid til at kunne få fat i datteren og kunne vide, hvor hun er. Og datteren føler sig tryk med telefonen i lommen, fordi hun kan tilkalde assistance om nødvendigt og i øvrigt signalere, at hun ikke er alene, når hun demonstrativt sludrer løs med en ven, mens hun går fra festen og leder efter en taxa. Et par dage efter kommer datteren ikke hjem som planlagt fra skole og kan ikke træffes på mobilen (hun har spontant besluttet at gå i svømmehallen) – moren sms'er og ringer og holder først op, da datteren tager telefonen og fortæller, hvad hun laver. Datteren sender et billede af svømmehallens omklædningsrum, som hun er ved at gå fra. På den ene side åbner mobilen altså op for nye muligheder, på den anden side befordrer den måske også et større behov for "kontrol" og "opdatering". Den ofte benyttede indledning til en mobil samtale: "hvor er du" hænger sammen med denne trang til at tracke folk i vores nære netværk, da vi jo aldrig kan stedbestede dem ud fra lokalisering af telefonen alene.

Man kan måske sige, at tilliden til egen dømmekraft muligvis svækkes. Den lille kontrol i det daglige hænger sammen med anvendelsen af mobilen til check, eftercheck og dobbelt-check. I stedet for selv at tage en beslutning er det meget let at konsultere de i netværket, der er involverede: "skal jeg købe skummetmælk eller letmælk?" "Har du også kjole på til festen?" "Er du i nærheden af, hvor vi skal mødes om 2 sekunder?" "Hvad sagde han, da han hørte, at jeg havde sagt, at osv.?" – Situationer, der ikke er ukendte fra "før mobiltidsalderen", men som intensiveres gennem den umiddelbare opdatering og formidling af informationer, uafhængig af tid, situation og sammenhæng.

En anden variant over dette er, at mobilen muliggør en form for selektiv omgang med andre. For eksempel kan man undgå vennens/kærestens familie, fordi man slipper for at skulle igennem slusen: den hjemlige fastnettelefon, når man vil kommunikere. Det vil sige, man undgår situationer, hvor man skal huske sine almene sociale færdigheder og kommunikere med folk uden for sit netværk. Dette gøres endnu tydeligere ved tendensen til, at venner/kærestes,

¹² Her er det igen på sin plads at påpege, at der i denne analyse ikke tages højde for, hvor reel og videnskabeligt bevist forskellige former for risici måtte være. Diskussionen tager afsæt i informanternes udsagn.

der skal på besøg, ikke ringer på dørklokken, men til den man besøgers mobil: ”Nu er jeg her, åbner du?”

De forbehold overfor mobiltelefonen, der udtrykkes af deltagere i undersøgelsen, hænger i nogen grad sammen med forsigtighed i almindelighed – for eksempel Marie på 20, der kommer med allerflest bekymringer eller forbehold over for anvendelsen og betydningen af mobiltelefonen, som det fremgår af diskussionerne om mobning, strålefare og registrering ovenfor. Den modsatte pol er den ubekymrede, som for eksempel 15årige Fem, der generelt set tager tingene som de kommer, og ikke kan se, at mobilen genererer særlige problemer, sammenlignet med så meget andet, vi foretager os.

Vores materiale peger på, at de yngste er mest ubekymrede i forhold til mobiltelefonbru- gen, mens de ældre generelt set er lidt mere refleksive omkring spørgsmål om tillid og risiko. Dette kan være udtryk for, at de yngste brugere i undersøgelsen har fået integreret mobilen som selvfølgelig medie på et tidligere tidspunkt i deres tilværelse end de ældre (typisk på et tidspunkt – i 11-13 års alderen, hvor der alligevel sker store forandringer i deres individuelle udvikling og sociale liv), og at de således ikke oplever mobilen som noget, der ændrer eller for- stærker bestemte praksisser og betydninger. Hertil kommer dog, at erfaringer og refleksionsev- ner udvikler sig over tid, og at de ældste i deltagergruppen måske er mere tilbøjelige til at ville fremstille sig selv som velreflekterede unge. Alt i alt er opmærksomheden omkring positive og negative sider ved tillid og risiko dog som nævnt ikke markant, så den samlede konklusion må være, at unge i vores målgruppe generelt set har tillid til egen og andres brug af telefonen. Del- tagerne i vores undersøgelse opfatter først og fremmest mobilen som en positiv (for en del = uundværlig) redskab til kommunikation, kanal til information og kontakt, sikkerhed og positiv kontrol.

BILAG 1.

1. Indledning. Om MYCL og MOMU

1.1 Hvad er MYCL?

MYCL eller *Mobile Youth Content Lab* er et toårigt tværinstitutionelt forsknings og udviklingsprojekt med start den 1/1 2005. Samarbejdspartnerne omfatter public service stationen DR Interaktiv, den private virksomhed TDC Mobil og undervisningsinstitutionerne Københavns Universitet, IT Universitetet og Danmarks Designskole. Formålet med projektet er at indsamle viden omkring unge danskeres (15-24årige) brug af mobile medier med henblik på at udvikle nye tjenester hertil. Disse tjenester vil blive udviklet under en række workshops, som hver varer otte uger. Udviklingstemaerne for disse workshops er: *Mobilen som identitetsskaber, mediemobilen, cross-media og mobile samfundstjenester*. Desuden vil undervisningsinstitutionerne arbejde med følgende forskningstemaer:

1. Målgruppen: adgang, anvendelse og behov
2. Brugskontekster
3. Kommunikationsmønstre
4. Informationsbehov i målgruppen
5. Kreativitet
6. Mobilt kommunikationsdesign

1.2 Hvad er MoMU?

MOMU eller *Mobile Medier og Mobile Unge* er et overbygningskursus på Afdeling for Film- og Medievidenskab. I efteråret 2004 bestod MoMU gruppen af to undervisere og otte studerende. I skrivende stund vil to eller tre af de studerende fortsætte med materialet til deres specialer. Kurset havde to formål. De studerende blev undervist i eksisterende teori om mobilitet og betydningen af brugen af mobile medier samt i, hvordan man foretager empiriske undersøgelser. Desuden designede og udførte de studerende og underviserne i fællesskab en undersøgelse af målgruppens brug af og holdninger til mobile medier. Resultaterne fra denne undersøgelse blev i første omgang anvendt som basisviden for både MOMU og MYCL, og dækker således de første fire forskningstemaer. I foråret 2005 vil der blive lagt vægt på det femte forskningstema: Innovativ og kreativ brug af mobile medier.

1.3 Hvordan påvirker MYCL undersøgelsen?

MYCL gruppen består som sagt af tre forskellige typer af institutioner: en public service medie virksomhed, en privat virksomhed og tre undervisningsinstitutioner. Desuden er der mulighed for at mindre virksomheder for en kortere periode kan være med til de forskellige workshops. De forskellige partnere i MYCL gruppen har ikke alene forskellige formål og ønsker med projektet, men også meget forskellige arbejdsmetoder og kompetencer. Betydningen heraf vil blive gennemgået i det følgende.

Forretningspartnerne ønsker viden, som kan anvendes under de forskellige workshops, til udvikling af nye tjenester. Til dette har de formuleret i en række spørgsmål, som danner basis for de nævnte forskningstemaer. Til gengæld stiller forretningspartnere rapporter om målgruppens

konkrete brug af mobile medier og tjenester hertil til rådighed. Den viden, som produceres, skal skrives som akademiske artikler, der samtidig vil fungere som de studerendes eksamensopgaver og i redigeret form som formidlingsrapporter til MYCL gruppen.

Der er flere udfordringer heri. For det første skal vi benytte en akademisk arbejdsmetode til at undersøge de forskellige temaer for forretningspartnerne. Samtidig skal vi bevare vores akademiske integritet og ikke blot lave markedsanalyser for samarbejdspartnerne. Endelig kan mange af de spørgsmål, som forretningspartnerne ønsker svar på, for eksempel hvordan mobiltelefonen bliver anvendt til at udtrykke ejerens identitet, ikke stilles direkte. Disse skal i stedet søges besvaret ud fra en række spørgsmål om emner, som vi med udgangspunkt i medieteorier og empiriske undersøgelser (for eksempel Reeves & Nass 1996) ved er forbundet med identitet. Vi kan for eksempel spørge til, hvorfor informanten har valgt den mobil hun har, brugen af ringetoner og covers, hvad informanten forbinder med sin ringetone og hvordan hun formulerer sig i sms beskeder.

Desuden skal formidlingsrapporten formuleres til forretningspartnerne. Det betyder, at vores fund skal formidles enkelt og præcist, men at vi stadig skal bevare væsentlige nuancer og detaljer. Vi skal også sikre en bred forståelse af materialet, hvilket kræver, at vi selv har en god forståelse heraf.

1.4 Hvordan påvirker MoMU undersøgelsen?

Størstedelen af MoMU holdet er studerende. Dette påvirker den arbejdsbyrde, som kan pålægges gruppen. Desuden skal man også tage Afdeling for Film og Medievidenskabs kompetencer i betragtning under designet af undersøgelsen. Vi skal ikke lave en markedsanalyse, men ud fra medievidenskabelige metoder belyse felter, som er interessante for samarbejdspartnerne. Det drejer sig blandt andet om tendenser i målgruppens udtalelser og brug af mobile medier, men også cases, hvor brugen eller holdningerne netop adskiller den enkelte respondent fra resten af målgruppen.

De studerende skal til eksamen i forskellige fag. Det indsamlede materiale skal først tilpasses eksamenskravene og efterfølgende behandles i akademiske artikler. Disse artikler bliver de studerendes eksamensopgaver, da en akademisk artikel i forvejen minder meget om en eksamensopgave. Artiklerne bliver efterfølgende redigeret til formidlingsrapporter til MYCL gruppen. Endelig bliver artiklerne samlet i en antologi. På grund af den arbejdsbyrde, som er pålagt de studerende, og da der først og fremmest er tale om et empirisk undervisningsforløb, har de studerende fået mulighed for at anvende det indsamlede materiale som en del af litteraturopgivelserne til deres eksamensopgaver.

2. Metodologiske overvejelser.

Inden vi kunne gå i gang med at indsamle viden til MYCL gruppen, diskuterede vi tilgangsvinklen til vores forskning. Vi stillede blandt andet følgende spørgsmål:

- Hvordan kan man indsamle viden omkring målgruppens brug af og holdninger til mobile medier?
- Hvilke problemer kan der opstå ved denne type undersøgelse og hvordan kan de overkommes?

- Hvilken viden findes i forvejen, og hvor meget af denne viden kan anvendes?
- Hvilke undersøgelser skal vi selv foretage og hvordan skal dette foregå?

Vi besluttede os for at kombinere kvalitative interviews med en spørgeskemaundersøgelse. Resultaterne herfra blev suppleret med eksisterende materiale om unges brug af mobile medier. Herved har vi fået en basisviden som giver et indblik i unges medievaner, men samtidig et materiale som er så omfangsrigt at det også kan anvendes i det videre forløb. Interviewene og spørgeskemaerne belyser hovedsageligt forskellige områder af genstandsfeltet og har hver deres fordele og ulemper.

I de åbne interviews formidler informanterne hvem de er, samt deres erfaringer med mobile medier. Overordnet betyder dette, at vi får et mere komplekst billede af den enkelte deltager og adgang til forklaringer som kan belyse og nuancere resultaterne fra andre materialegrupper. Vi får et indblik i informanternes livshistorier og kan knytte dette til deres generelle udtalelser og forbrug af mobile medier. Herved får vi også adgang til mulige årsager til, at informanternes medievaner og holdninger ser ud, som de gør. Disse årsager ville være svære at finde frem til, hvis man kun havde kvantitativt materiale til rådighed.

På baggrund af den forholdsvis store mængde informanter (48) kan vi også finde generelle mønstre og tendenser i unge danskeres brug af mobile medier. Disse fund kan så efterfølgende belyses ud fra det øvrige materiale, vi har til rådighed. Det kvantitative materiale er fundet ved en bearbejdning af en spørgeskemaundersøgelse af personer, som har samme baggrund, uddannelse og lignende som interviewdeltagerne. Dermed kan det kvantitative materiale også anvendes til at be- eller afkræfte tendenserne i vores fund.

Det er vigtigt at tage visse forhold i betragtning når man anvender en kvalitativ metode, og et halvåbent livsstilsinterview. For det første kan man diskutere selve troværdighedsaspektet i informanternes udtalelser. Informanterne diskuterer til tider med sig selv, de fremlægger både argumenter for og imod samme sag og nogle gange skifter de sågar holdning undervejs. Informanternes udtalelser er subjektive historier som de selv ser dem, eller selv ønsker at se dem, i den situation de befinder sig. Informanternes fortolkninger giver altså ikke adgang til objektivt faktuelle forhold og deres forklaringer kan være udtryk for en efterrationalisering, hvor de forsøger at få sig selv til at fremstå i et bestemt lys.

I et halvåbent interview vil interviewerens også præge informanten. I det man stiller spørgsmål ud fra en spørgeguide er der mulighed for, at årsager eller forklaringer som ikke indgår i spørgeguiden ikke bliver nævnt af informanten. Det halvåbne interview har dog også en række fordele. Der bliver plads til at både interviewerens og informanten kan få udtrykt indfald og associationer samt forfølge de emner som viser sig at være specielt interessante. Hermed kan man gå mere i dybden og tilpasse hvert interview efter informanten. Der er også forskel på de ekstra spørgsmål som bliver stillet til de forskellige informanter når interviewene bliver foretaget af forskellige personer. Hver enkelt interviewer kan have et særligt interesseområde som man vil spørge mere indgående til end andre områder.

Ved at kombinere en kvalitativ og kvantitativ metode får vi indsigt i brugen af mobile medier og holdninger hertil både på et individuelt plan, samt en oversigt over hvilket omfang og hvilken

betydning brugen af mobile medier har på et kollektivt plan, for de grupper, som informanterne tilhører. Samtidig ønsker vi også at komme nogle af problemerne ved hver metode til livs ved at undersøge de forskellige genstandsfelter på flere måder. Spørgeskemaet blev også udfyldt af interviewdeltagerne inden interviewet gik i gang, så svarene kunne anvendes som inspiration af interviewerens. Dermed er der tale om en opblødning i vores arbejdsmetode i forhold til en traditionel opfattelse af kvalitative og kvantitative undersøgelser. Denne metode kan ses som en praktisering af Stig Hjarvards argument om, at kvalitative og kvantitative metoder slet ikke er så forskellige endda (Hjarvard 1997).

Da udvælgelsen af respondenterne ikke er tilfældig efter en statistisk fordelingsnøgle på landsplan, og da spørgeskemaerne er udfyldt af informanternes klassekammerater, kollegaer, bofæller og så videre, er resultaterne herfra ikke statistisk valide til at beskrive samtlige 15-24årige danskeres brug af mobile medier. Vi har dog tilstræbt at få informanter fra forskellige dele af landet, fra forskellige etniske grupper og med forskellig slags uddannelse med i undersøgelsen. Resultaterne kan derfor ses som en klyngeanalyse, og de kan anvendes til at beskrive brugen i de grupper, vi har undersøgt.

2.1 Eksisterende materiale

Der er udgivet meget materiale om mobile medier og unges brug heraf. Dette materiale kan inddeles i følgende hovedgrupper:

1. Generel teoretisk viden om mediebrug og unges brug af medier (McLuhan 1964, Hall 1966, Reeves & Nass 1996, Hjarvard 1997, Stald 2001a, Stald 2001b, Torgersen 2004).
2. Akademiske udgivelser: artikler, antologier, bøger, ph.d. afhandlinger og specialer om mobile medier og mobilitet (Stald 2000, Hård af Segerstad 2002, Laursen 2002, Katz & Aakhus et al. 2002, Rheingold 2002, Kasesniemi 2003, Middelbo Sørensen 2003, Weillenman 2003, Ling 2004)
3. Statistiske rapporter om danskeres brug af elektroniske medier generelt og telemedier i særdeleshed (Danmarks Statistik 2004, IT & Telestyrelsen 2004).

2.2 Problemer ved materialet

Det eksisterende materiale er udmærket som udgangspunkt, men der er enkelte problemer ved det. Selvom de akademiske udgivelser er nye, tager det som regel nogen tid at få dem udgivet. Det empiriske grundlag for udgivelserne er derfor ofte et par år gammelt. Da udviklingen indenfor mobile medier går meget hurtigt, er mange af informationerne om målgruppen ikke længere up-to-date. For eksempel nævner Kasesniemi, at det tog hendes informanter mellem to uger og en måned at skrive et hundrede sms beskeder ned til brug i hendes undersøgelse som blev foretaget mellem 1998 og 2000 (Kasesniemi 2003: 81-82). De fleste af vores deltagere vil typisk skrive hundrede beskeder i løbet af en uge, og enkelte har fortalt, at de skriver op til fire- eller femhundrede beskeder om dagen.

Det er dog ikke kun antallet af beskeder, som har ændret sig, indholdet er også anderledes. Mange artikler fra starten af dette årti (Laursen 2002a) beskæftiger sig med det særlige sms sprog, med mange forkortelser og fonetiske udtryk, som blandt andet opstod på grund af sms mediets tekniske begrænsninger. I dag (december 2004) fortæller mange af vores informanter, at de er holdt op med at anvende dette sprog og ofte gør en dyd ud af at formulere sig korrekt.

Selv om der stadig bruges enkelte forkortelser og beskederne ikke nødvendigvis er grammatisk korrekte, er der sket en væsentlig ændring indenfor de sidste par år. Det særlige sms- og chatsprog anvendes ikke længere af målgruppen, men bliver derimod forbundet med yngre generationer, specielt 12 årige og specielt piger. Ændringerne i indholdet og stilen af sms beskeder kan ses som et tegn på at vi har at gøre med et fænomen som er i konstant forandring. Nogle af de faktorer som skaber denne forandring er mediets tekniske fordringer, brugernes erfaring med mediet, institutionelle rammer for mediebrugen samt mediets udbredelse i resten af samfundet.

Det øjebliksbillede som vores undersøgelse giver kan derfor også være forældet om et par år. Men de faktorer som skaber forandringer i mediebrugen, og sørger for at der fortsat sker nye forandringer vil sandsynligvis stadig optræde, muligvis sammen med nye faktorer som vi endnu ikke kender til.

Et sidste problem, i forhold til anvendelsen af foreliggende materiale, er at unge under atten ikke selv må have et mobilabonnement. Derfor kunne vi ikke anvende rapporterne fra IT og Telenor som kilde til statistisk viden om de 15-17årige. Dette skulle vi selv undersøge.

3. Konkretisering af metoden – hvad har vi gjort?

Vi har suppleret vores egne undersøgelser (kvalitative interviews og kvantitative undersøgelser baseret på spørgeskemaer) med det eksisterende materiale. Såvel interviewguides som spørgeskemaer er udarbejdet i fællesskab af MoMU holdet. De første interviews blev foretaget som pilotundersøgelser. Ideen hermed var, at vi efterfølgende kunne revidere interviewguiderne. Piloterne gik dog så godt, at vi besluttede ikke at lave væsentlige ændringer i interviewguiderne. Desuden valgte vi at medtage piloterne i det samlede materiale.

Vi havde en del problemer med at få unge, der har valgt en kortere uddannelse eller en håndværksmæssig uddannelse, til at deltage i undersøgelsen. Derfor blev vi nødt til at bruge en del tid på at skaffe informanter fra disse grupper med til interviews. Det var først og fremmest vigtigt at forklare, hvad undersøgelsen gik ud på, og at der ikke var tale om en test af informanterne. Desuden forklarede vi informanterne, at de ikke var til eksamen, og at vi ikke søgte bestemte svar. De fleste informanter gav dog også efterfølgende udtryk for, at de synes det var en sjovt at være med i undersøgelsen.

3.1 Om Målgruppen

Målgruppen for MYCL projektet er 15-24årige danskere. Denne aldersgruppe er valgt, da de opfattes som værende flittige brugere af mobile medier, er hurtige til at tage nye medier og tjenester til sig, samt kreative i anvendelsen af medier. Eksempler på tidlig kreativ brug indenfor målgruppen er den måde, hvorpå man omgik sms mediets begrænsninger, samt opfindelsen af specielle fildelingssystemer, der i første omgang med programmer som *Kazaa* blev anvendt til udveksling af spil, film og musik. I dag anvendes en videreudvikling heraf, som for eksempel *Skype*, til billig eller gratis telefoni. For at operationalisere vores data er målgruppen inddelt efter alder og køn. Aldersgrupperne er inddelt efter følgende forestillede livssituationer:

15-16 år = forlader folkeskolen / skift

17-19 år = frigør sig, bliver myndig, afslutter måske gymnasium / er udlært / flytter hjemmefra

20-22 år = i gang med uddannelse / arbejde / bedre økonomi /

23-24 år = voksen, mere uafhængig, måske etableret parforhold / måske børn

3.2 Om interviews og spørgeskemaer

Vi har foretaget 48 kvalitative interviews, fordelt som skemaet nedenunder viser:

Alder Køn	15 – 16årige	17 – 19årige	20 – 22årige	23 – 24årige
Drenge	6	6	6	6
Piger	6	6	6	6

Dette er en type inddeling, som vi anvender til en umiddelbar klassificering af informanterne. I analysen går vi også på tværs og ser for eksempel på karakteristika for de, der bruger mobiltelefonen hyppigst. Selv om der kun er tale om 48 informanter og undersøgelsen dermed er repræsentativ, har vi som tidligere nævnt tilstræbt at få repræsenteret et bredt udsnit af målgruppen. Interviewene blev foretaget ud fra interviewguiden som halv åbne livsverdensinterviews (Kvale 1994: 19). Interviewene blev fortrinsvis foretaget i informanternes eget hjem på informanternes værelser, af følgende årsager:

1. Det gav os mere viden om informanterne og gav inspiration til såvel informant som interviewer.
2. Det var nemt for informanterne, da der ikke var nogen transport forbundet dermed for dem. Dette kan have fået flere informanter til at deltage i undersøgelsen.
3. Ved at være i egne hjemlige omgivelser har deltagerne forhåbentlig følt sig trygge og dermed haft nemmere ved at fortælle om deres mediebrug.

Interviewene foregik altid på tomandshånd. Ved at være en informant og en interviewer har vi villet undgå at skræmme informanterne. De kvalitative interviews blev transskriberet og udleveret i mapper til samtlige i MoMU gruppen. Vi diskuterede, om vi skulle foretage gruppeinterviews, men vi mente ikke, det var en hensigtsmæssig metode til at afdække informanternes individuelle brug og holdninger til mobile medier. Det er dog en metode, vi overvejer at anvende i det videre forløb, hvis vi skal undersøge et emne som med fordel kan belyses på denne måde. Det kunne for eksempel være reception af mobilt indhold i grupper eller hvordan nye medier og tendenser bliver udbredt.

Til den kvantitative undersøgelse blev en række spørgeskemaer udleveret til informanterne og deres klassekammerater, kollegaer, bofæller og andre indenfor aldersgruppen. Vi endte i alt med 343 korrekt udfyldte, brugbare spørgeskemaer. Resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen udgør vores kvantitative data. Disse data blev indtastet og behandlet i programmet SPSS. SPSS giver dels mulighed for at lave generelle kørsler, dels for at lave særkørsler efter bestemte parametre, hvis det er nødvendigt. To studerende fra MOMU holdet som begge har erfaring med SPSS beskæftigede sig særskilt med behandlingen af data fra spørgeskemaundersøgelsen.

Spørgeskemaerne er forholdsvis ligeligt fordelt i forhold til køn (44,3 % drenge/mænd og 55,7 % piger/kvinder), men der er en del flere besvarelser i de yngre aldersgrupper. Ved selve behandlingen af datamængden blev det oprindelige antal aldersgrupper ændret fra fire til tre så vi fik færre, men til gengæld større grupper. Dette skyldes primært at der var for få besvarelser i enkelte aldersgrupper (specielt blandt de 18årige) til at datamængden kunne betragtes som statistisk valid. Den oprindelige type inddeling var praktisk da spørgeskemaundersøgelsen skulle udføres, mens den nuværende inddeling tydeligere viser de konkrete forskelle som findes mellem aldersgrupperne. Fordelingen af besvarede spørgeskemaer i de nye grupper ser således ud:

15 – 17årige: 48,1 %

18 – 21årige: 29,4 %

22 – 24årige: 22,4 %

Ved bearbejdningen af det empiriske materiale har vi fokuseret på at finde tendenser og mønstre i brugen samt enkelt cases og livshistorier, hvor brugen af mobile medier skiller sig ud fra resten af målgruppen og derfor er interessante. Materialet skal som tidligere nævnt tilpasses de forskellige forsknings-, udviklings- og workshopemaer.

3.3 Opfølgning på interviews og mulighed for tidsstudier.

I nogle tilfælde kan det blive nødvendigt at vende tilbage og interviewe deltagerne igen, for eksempel hvis deltagerne har spændende historier eller holdninger. Vi opbevarer derfor foreløbig samtlige af de interviewede informanternes kontaktoplysninger, og har også spurgt om vi må kontakte dem igen, hvilket de fleste har sagt ja til. Muligheden for at vende tilbage til informanternes giver os også mulighed for at undersøge udviklingen indenfor deltagernes mediebrug, samt at påvise hvorfor og hvordan disse ændringer finder sted. Dermed kan undersøgelsen udvikle sig til tidsstudier, hvilket en række forskere har argumenteret for og efterlyst indenfor dette felt, for eksempel Leila Torgersen (Torgersen 2004: 84) og Eija-Liisa Kasesniemi (Kasesniemi 2003). Hvis man ikke laver tidsstudier, kan man blot konstatere, om bestemte faktorer optræder samtidigt, ikke nødvendigvis om en effekt er et resultat af en bestemt mediebrug.

LITTERATUR

Danmarks Statistik (2004): Informationssamfundet Danmark. It-status 2004

Danmarks Statistik, Ministeriet for Videnskab Teknologi og Udvikling

Findes online: <http://www.dst.dk/Statistik/ags/InformationssamfundetDanmark.aspx>

Hall, Edward T. (1966): The Hidden Dimension

New York, Anchor Books

Hjarvard, Stig (1997): Simulerede samtaler. Om forholdet mellem interpersonel kommunikation og medieformidlet kommunikation. In Mediekultur 26, April 1997

Hjarvard, Stig (2002): 'Mediated Encounters. An Essay on the role of Communication Media for the Creation of Trust in the "Global Metropolis"'. in Stald og Tufte (eds.): Global Encounters: Media and Cultural Transformation. Luton: University of Luton Press.

Hård af Segerstad, Ylva (2002): Use and Adaptation of Written Language to the Conditions of Computer-Mediated Communication

Ph.D. afhandling Department of Linguistics, Göteborg University

Findes online: http://www.ling.gu.se/~ylvah/dokument/ylva_diss.pdf

IT & Telestyrelsen (2004): Telestatistik – 1. halvår 2004

IT & Telestyrelsen, Ministeriet for Videnskab Teknologi og Udvikling

Findes online: <http://www.itst.dk/static/Publikationer/Statistik/telePdf2004.pdf>

Kasesniemi, Eija-Liisa (2003): Mobile Messages. Young People and a New Communication Culture Tampere University Press, Tampere

Katz ,James E. & Aakhus, Mark et. Al. (2002): Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance Cambridge University Press, Cambridge

Laursen, Ditte (2002): Sms – begrænsningens muligheder In Mål&Mæle 1, 2002

Findes online: http://www.humaniora.sdu.dk/ditterasmussen/artikler/DitteRasmussen_SMS_-_begrænsningens_muligheder.pdf

Ling, Rich (2004): The Mobile Connection. The Cell Phone's Impact on Society

Morgan Kaufmann, San Francisco

Middelbo Sørensen, Trine (2003): Jo... Vi sez... Har du fået scoret?*SS* -en pragmatisk socio-lingvistisk analyse af seks unge pigers identitetskonstruktion i og omkring SMS-beskeder Speciale. Institut for Nordisk Filologi, Københavns Universitet

McLuhan, Marshall (1964): Understanding Media. The Extensions of Man

London, Routledge

Reeves, Byron & Nass, Clifton (1996): The Media Equation . How People Treat Computers,

Television, and new Media Like Real People and Places.
Cambridge University Press, Cambridge

Rheingold, Howard (2002): Smart Mobs. The Next Social Revolution. Transforming Cultures and Communities in the Age of Instant Access Basic Books, Cambridge

Stald, Gitte Bang (2000): Telefonitis. Unge danskeres brug af telefon i IT-tidsalderen. In Mediekultur, særnummer.

Stald, Gitte Bang (2001a): Søger net - chat, netværk, unge. In Uddannelse 10, 2001

Stald, Gitte Bang (2003, opr.2001): Outlook and Insight: Young Danes' Uses of the Internet, Navigating Global Seas and Local Waters, in The Wired Homestead. Andrea Kavanaugh & Joseph Turow (eds.). MIT-Press.

Torgersen, Leila (2004): Ungdoms digitale hverdag. Bruk af PC, Internett, TV-spill og mobiltelefon blant elever på ungdomsskolen og videregående skole. Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring (NOVA).

Findes online: http://www.nova.no/asset/93/2/93_2.pdf

Weillenman, Alexandra (2003): Doing Mobility.

Ph.D. afhandling Department of Informatics, Göteborg University

Findes online: <http://www.handels.gu.se/epc/archive/00002891/01/weilenmann.pdf>