

Arbetsrapport nr. 47

Mobiltelefonianvändning

En forskningsöversikt

Oscar Westlund

Arbetsrapport nr. 47

Mobiltelefonianvändning

En forskningsöversikt

Oscar Westlund

ISSN 1101-4679



GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för Journalistik och Masskommunikation
Box 710, 405 30 GÖTEBORG
Telefon: 031-786 49 76 • Fax: 031-786 45 54
E-post: majken.johansson@jmg.gu.se
2007

1. Inledning	2
2. Mobiltelefonen; från kommunikationsmedium till multimedium	4
3. Teoretiska utgångspunkter i forskning om mobiltelefoni från ett användarperspektiv	5
4. Mobiltelefonins spridning	8
4.1. Mobiltelefonen som kommunikationsmedium	8
4.2. Mobiltelefonen som multimedium	10
5. Adoption av mobiltelefoni	12
6. Mobiltelefonens roll som del av vardagslivet	15
6.1. Instrumentell funktion: mobiltelefonen som socialt och koordinerande kommunikationsmedium	18
6.2. Expressiv funktion; mobiltelefonen för identitet och status	19
7. Mobiltelefonen i privat och offentlig sfär	20
8. Slutdiskussion	24
9. Referenser	25

1. Inledning

Inom forskningen är det tämligen vanligt att det förs diskussioner kring hur nya digitala medier har gett människor nya perspektiv och möjligheter till att förhålla sig till media oavsett tid och rum.¹ Enligt min mening är mobiltelefonen nutidens främsta exemplifiering av dessa möjligheter, och just mobiliteten lyfts ofta fram som dess främsta fördel. Spatiala och temporala begränsningar har inneburit att medieanvändningen tidigare varit bundna till särskilda platser, vanligen också till olika tidpunkter på dygnet. Mobiltelefonen har under tämligen kort tid fått en global spridning bland världens medborgare som ett personligt kommunikationsmedium. Dess grundfunktion var att kunna ringa röstsamtal, men möjligheterna har sedan breddats genom SMS och även videosamtal, MMS, e-post, chatt och IP-telefoni. Mobiltelefonen har fått sitt namn från att det är en telefon man kan bära med sig. Den är i högsta grad mobil, men ändelsen –telefon kan enligt min mening ses som en benämning som i allt större grad tappar i betydelse. Digitaliseringen och teknikutvecklingen har möjliggjort av en uppsjö olika funktioner i mobiltelefonen. Okada definierar ett multimedium utifrån dess kapacitet att hantera olika kommunikationsformer så som text, ljud, bilder och video.² Mobiltelefonen har enligt min mening förvandlats till ett multimedium som hanterar dessa kommunikationsformer, men också data-, spel-, filhanteringstjänster o.s.v.

Mobiltelefonen är ett intressant forskningsobjekt av flera olika skäl. Samhällsrelevansen är stor med tanke på dess breda spridning och användning bland samhällets invånare. Forskningsmässigt utgör mobiltelefonen som studieobjekt en ny teknologi, vilket studeras inom flera olika discipliner. Genom att mobiltelefonen har förändrats från att vara ett personligt kommunikationsverktyg till ett multimedium så utökas möjligheterna i människors användning av mobiltelefonen, liksom de olika forskningsmässiga angreppssätten. Det saknas dock en svenskspråkig orientering i forskningsläget kring mobiltelefoner som behandlar både dess roll som telefon och som multimedium. Mobiltelefoner är en central medieteknik i det svenska samhället och som blivit allt intressantare att studera inte minst med tanke på betydelsen för andra medier eftersom medieutvecklingens förändringar är ett av forskningsintressena. Inom forskningsprogrammet Dagspresskollegiet vid institutionen för journalistik och masskommunikation studeras bl.a. hur introduktionen av nya medieformer såsom gratistidningar³ och nättidningar⁴ på olika sätt påverkar den svenska dagspressen.

Denna översikt ämnar ge en introduktion till den mångfacetterade forskning som bedrivs med mobiltelefoner som studieobjekt. Det är ett snabbt växande forskningsfält, med studier inom flera olika discipliner. Genom översikten ges en introduktion till denna forskning utifrån ett användarperspektiv. Forskningen om mobiltelefoni är omfattande och en forskningsöversikt måste av naturliga skäl begränsas. Arbetsrapporten fokuserar forskning om mobiltelefonen utifrån dess spridning, adoption och användning. Anledningen är att dessa tre områden utgör utgångspunkter i tre etablerade forskningstraditioner kring ny medieteknologi, nämligen diffusionsteori, adoptionsteori och domesticeringsteori. De tre traditionerna fokuserar enligt min mening olika aspekter av en innovations möte med människan. Inom diffusionstraditionen fokuseras ett makroperspektiv och hur innovationen sprids i samhället. Inom adoptionstraditionen koncentrerar sig forskningen till ett mikroperspektiv och varför människor väljer att anamma olika innovationer. Inom domesticeringstraditionen intresserar man sig istället för hur mobiltelefonen införlivas och används i vardagslivet. I

¹ Giddens (1990), Thompson (1995), Tuomi, (2005), Gotved (2006), Castells (2000), Pedersen & Methlie (2004)

² Okada (2005:47)

³ Wadbring (2003)

⁴ Bergström (2005)

forskningsöversikten kommer också en del annan litteratur att behandlas som kan hänföras till teorier om konsumentbeteende och uses & gratificationstraditionen. Dessa teorier behandlar också hur människor anammar och använder medietekniker, och kommer därför också att diskuteras inom dessa avsnitt. Däremot har jag valt att ge mindre utrymme åt forskning som saknar empirisk grund. Det är inte sällan fallet med social-konstruktivistisk forskning som sker inom STS-fältet och dess internationella forskningsnätverk.⁵ En del av denna forskning berörs emellertid, eftersom den har beröringspunkter med domesticeringstraditionen.

Underlaget för arbetsrapporten utgörs primärt av tidskriftsartiklar, konferenspapers och antologier av internationell karaktär. Det förklaras av att det primärt är i dessa kanaler forskningen om mobiltelefoni har publicerats. Metoderna inom de olika forskningstraditionerna är givetvis varierande med såväl kvantitativa som kvalitativa metoder. I generella drag bedömer jag att det görs studier utifrån båda dessa metodologiska ansatser inom samtliga forskningstraditioner, men att de kvantitativa studierna är mer vanligt förekommande inom diffusionsteori och adoptionsteori. Inom domesticeringsteori är det mer vanligt med kvalitativa studier, alternativt teoretiska analyser och litteraturstudier. Som en utgångspunkt för läsningen av denna rapport har jag gjort en sammanfattande bedömning av forskningsläget. Forskningen om mobiltelefonen som personligt kommunikationsmedium intar av naturliga skäl en dominant roll eftersom mobiltelefonens funktion som multimedium är ny. Detta innebär inte att forskning om mobiltelefonen som multimedium saknas, men att den framförallt utförs inom andra forskningstraditioner.⁶ Inom de tre traditioner som jag redovisar görs studier av forskare med hemvist inom samhällsvetenskap och humaniora. Det rör sig om discipliner som exempelvis medie- och kommunikationsvetenskap, journalistik, etnologi, sociologi m.m. Denna tradition är särskilt tydlig inom domesticeringstraditionen, medan det inom spridnings- och adoptionsstudierna görs studier främst bland ekonomer.

Ett annat sätt att bedöma den aktuella mobiltelefoniforskningen är att se till om denna fokuserar mobiltelefonens roll som kommunikationsmedium eller multimedium. I en sådan bedömning framgår en tämligen markant skillnad i disciplinstillhörighet; forskarna som intresserar sig för mobiltelefonen som kommunikationsmedium från ett användarperspektiv är företrädesvis samhällsvetare- och humanister. Bland dem som forskar om användningen av mobiltelefonen som multimedium märks en större uppblandning med ekonomer. Denna iakttagelse blir särskilt tydlig om man inte avser endast användarforskning, utan också den teknologiska, ekonomiska och politiska påverkan på utvecklingen av mobiltelefonimarknaden för internet- och datatjänster. Där ser vi också en förskjutning mot allt mer branschdriven forskning, där olika telekomoperatörer och mobiltefontillverkare är involverade i forskningen. En del forskning om mobiltelefonen har tydlig empirisk grund, annan forskning är diskussioner och teoretiserande kring olika fenomen i avsaknad av empiri. En tendens är att forskningen om mobiltelefonens utveckling från andra perspektiv än användaren, så som det strukturella, teknologiska, juridiska eller ekonomiska, trots det diskuterar användarens förväntade beteende. I denna forskningsöversikt har nästan all forskning om användarna emellertid en empirisk grund. Rapport är ett nedslag i ett forskningsfält som i likhet med mobiltelefonibranschen kan liknas vid ett rörligt mål då det sker en snabb utveckling. Därför bör det understrykas att jag inte gör anspråk på att lämna en fullständig beskrivning av detta forskningsfält.

⁵ <http://www.sts.utexas.edu/DoCoMo/CellPhone.pdf>

⁶ Min bedömning är det sker mycket forskning om mobiltelefonen som multimedium utifrån marknadens struktur, men också teknologiska, juridiska, ekonomiska och innehållsmässiga perspektiv. Detta är ett tämligen självklart resultat med tanke på att mobiltelefonens produktcykel går från forskning om dess utveckling och produktion, och först därefter till spridning, adoption och användning.

2. Mobiltelefonen; från kommunikationsmedium till multimedium

Mobiltelefonen som medieteknik har snabbt spridits i samhällen runt om i världen. Här ges en kort beskrivning av dess utveckling ur ett historiskt perspektiv. År 1898 skickades det första telegrammet. Redan året därpå kunde meddelanden skickas mellan England och Frankrike. Dessa händelser var de första stegen mot trådlös kommunikation. De nordiska länderna, inte minst Sverige har bidragit med betydelsefulla insatser; 1950 genomfördes det första mobiltelefonsamtal med prototyp-utrustning från Ericsson och dåvarande Televerket. 1986 utvecklades den första generationens mobiltelefoni genom NMT-900 systemet. I början av 1990-talet inleddes den digitaliserade medieåldern. År 1992 fick andra generationens mobiltelefoni, GSM,⁷ sitt kommersiella genombrott bland de flesta stora aktörer i Europa. 1995 påbörjades arbetet med utvecklingen av UMTS,⁸ den tredje generationens mobiltelefonisystem, även kallat 3G. Därefter har man sökt utveckla kommande generationers mobiltelefoni. Mobiltelefonibranschen kan karakteriseras under ständig utveckling.

I en vidare diskussion av innovationer och teknologier kan dessa delas in i två kategorier; de banbrytande och de vidareutvecklade. De banbrytande teknologierna är till karaktären sådana som introducerar någonting helt nytt. De vidareutvecklade teknologierna är istället sådana som liknar andra teknologier, men också tillför nya funktioner. En viktig skillnad är att de banbrytande teknologierna vanligen kräver att människor förändrar sitt beteende, att de lär sig något nytt. Därför är dess teknologier mer känsliga, det krävs mer för att de skall nå hög spridning än de vidareutvecklade teknologierna.⁹ Mobiltelefonen kan enligt min mening betraktas som en vidareutveckling av telefonen. När digitalisering och konvergens nu förvandlar mobiltelefonen till ett multimedium sker nya vidareutvecklingar, men de bygger på teknologier som redan är bekanta; kameran, mp3-spelaren, internet m.m. Tillsammans bildar de emellertid något nytt, något annat. Mobiltelefonen började förvandlas från ett kommunikationsmedium till ett multimedium i samband med att utvecklingen mot den tredje generationen påbörjades. På en teoretisk nivå kan man betrakta mobiltelefonen som två olika studieobjekt; som kommunikationsmedium och multimedium.

Spridningen av mobiltelefonen som kommunikationsmedium och som multimedium handlar om spridningen av en innovation i samhället.¹⁰ Mobiltelefoner skapas i laboratorier, tillverkas i fabriker, marknadsförs och säljs sedan till konsumenter. Det är flera olika led, och forskningen om mobiltelefonen som studieobjekt berör dem alla. I denna användarinriktade forskningsöversikt fokuseras spridningen, anamningen och användningen av mobiltelefonen. En vanlig utgångspunkt vid studier av innovationers spridning är emellertid att man inte endast ser till användarna men också till den komplexa process som omfattar en påverkan från politiska, ekonomiska, teknologiska och sociala faktorer,¹¹ och kanske även kulturella och organisationsstrukturella faktorer.¹² Detta breda synsätt förekommer även bland forskare som studerar mobiltelefoniutvecklingen.¹³ Somliga forskare betonar att någon särskild faktor är avgörande för utvecklingen. Exempelvis att teknologer vanligen betonar att den teknologiska

⁷ GSM betyder Global System for Mobile Communication

⁸ UMTS betyder Universal Mobile Telecommunications System

⁹ Moore (1999)

¹⁰ Rogers (2003)

¹¹ Kotler et al (2001) Picard (2005) Ball-Rokeach & DeFleur (1989), Gregory (2000) Wadbring & Weibull (2000) Skouby (2006) Melody (2006)

¹² Gergils (2005)

¹³ Pedersen & Methlie (2004) Melody (2006)

utvecklingen är viktigast,¹⁴ andra betonar att politisk reglering är av störst betydelse,¹⁵ och ekonomer framhäver affärsmodeller, tjänster och utbud.¹⁶ Därutöver finns det forskare som argumenterar för att den sociala faktorn och därmed de potentiella användarna är den viktigaste faktorn. Såväl representanter från industrin som akademien argumenterar att tjänster för mobiltelefonen som multimediet måste bestämmas av människors behov, preferenser, attityder och intentioner.¹⁷ Det är just den sociala faktorn som är i fokus i denna rapport, och inledningsvis skall de vanligaste teoretiska ansatserna diskuteras.

3. Teoretiska utgångspunkter i forskning om mobiltelefoni från ett användarperspektiv

I forskningen om hur innovationer så som informations- och kommunikationsteknologi sprids, anammas och används av människor i samhället brukar tre forskningstraditioner dominera; diffusions-, adoptions- och domesticeringstraditionen. Dessa forskningstraditioner tillämpas även ofta i forskningen om mobiltelefoni, och utgör de tre vanligaste utgångspunkterna enligt Pederson och Ling.¹⁸ Därutöver finns också mobiltelefoniforskning som anknyter till teorier om konsumentbeteende och till uses & gratifications traditionen. Dessa har haft anknytning till perspektiven inom framförallt adoption och domesticering, och har därför placerats in i dessa avsnitt. Här avser jag ge en allmän teoretisk orientering till de olika perspektiven. Denna orientering utgör grunden för den mer specifika mobiltelefoniforskningen som sen diskuteras.

Diffusionsforskare fokuserar kring innovationen, samhället som socialt system och dess kommunikationskanaler. Diffusionsteori handlar om hur olika innovationer, som exempelvis mobiltelefoner, sprider sig i samhället. Diffusionsprocessen handlar om hur en innovation kommuniceras genom särskilda kanaler över tid till medlemmar av ett socialt system. Även om diffusionsteorin används inom många discipliner har den också kritiserats. En vanlig kritik handlar om pro-innovations partiskhet, vilket handlar om att vanligen endast studerar lyckade innovationer, men att inte alla innovationer kommer så långt i spridning som diffusionskurvan visar.¹⁹ Rogers själv ägnar ett helt kapitel kring att diskutera olika kritiska invändningar till diffusionsteorin.²⁰ Diffusionsforskare söker ofta förklaringar och analyserar utifrån ett makroperspektiv, liksom utifrån innovationens karaktärsdrag. En central tanke är att olika samhällsgrupper tillägnar sig innovationer olika fort. Rogers gör en indelning av allmänheten i fem grupp-kategorier som kan liknas vid s.k. idealtyper, dessa grupper är olika stora i omfattning. De fem kategorierna är innovatörer, tidiga accepterare, tidig majoritet, sen majoritet samt eftersläntrare.²¹ Innovatörerna är först med att anamma ny medieteknologi och är ofta äventyrslystna risktagare med internationella kontakter och en välutvecklad förmåga att hantera avancerad teknologi.²² För internet kan innovatörerna sägas vara de akademiker, tjänstemän inom armén och entreprenörer som tillsammans på olika sätt bidrog till att skapa

¹⁴ Ismail (2006) Harmo et al (2006)

¹⁵ Lundborg & Ruhle (2006) PTS (2006a) Han-joo et.al (2004)

¹⁶ Feijoo et al (2006) Bohlin et al (2004) Staton (2001) Funk (2005)

¹⁷ Gergils (2005) Estenfield (2006) McChesney (2001) Kotler et al (2001) Wong and Hiew (2005) Nysveen, Pedersen & Thorbjörnsson (2005) Pedersen & Methlie (2004) Kirk Sorensen et al (2006)

¹⁸ Pederson & Ling (2002)

¹⁹ Lennstrand (2001) Lievrouw (2006)

²⁰ Rogers (2003)

²¹ Rogers (2003)

²² Rogers (2003)

en grundläggande teknik och ett gränssnitt för vidare spridning.²³ De tidiga accepterarna av internet var i Sverige ungdomar samt yngre medelålders med god utbildning och ekonomi.²⁴ Ett vanligt förekommande, men dessvärre felaktigt antagande, är att de tidiga accepterarna överlag är unga. Rogers understryker att ålderns relation till tidiga accepterare beror helt på innovationens karaktär.²⁵ I flera länder var det inte de unga som var först med att anamma mobiltelefoni. Istället var det välbärgare affärsmän som marknadsföringen riktade sig mot, och som var först med att anamma denna innovation.

Även om makro-perspektivet dominerar inom diffusionsteorin görs också analyser utifrån ett mikro-perspektiv. Det har visat sig att innovatörer och tidiga accepterare har en relativt kort beslutsprocess kring nya innovationer; de blir tidigare medvetna om att en innovation finns, men framförallt så kan de snabbare bestämma sig för att anamma. De tidiga accepterarna präglas av att ha en tämligen positiv attityd till att ta till sig nya idéer och innovationer.²⁶ I diffusionsteorin diskuteras av Rogers hur individer genomgår en mental beslutsprocess om fem steg när de ställs inför nya innovationer. Individen blir i första skedet varse att innovationen existerar, denne formar sedan en attityd och tar efter det ett beslut om innovationen är intressant för individen eller inte. Om innovationen är intressant anammas den av individen, och i sista fasen söker individen bekräftelse för att denne gjort ett bra beslut.

Forskare inom adoptionstraditionen knyter an till diffusionsteorins mikroperspektiv; vilket är dess största fokus. Inom adoptionstraditionen söker man förklara individers beteende genom olika teorier om beslutsprocesser och människor som sociala individer. Enligt Pedersen och Ling²⁷ studeras anamning av mobiltelefoni framförallt med anknytning till tre olika grundmodeller. Dessa tre modeller har använts mycket inom forskning kring studier av hur människor tar till sig teknologi. Den första modellen heter "Theory of reasoned action" (TRA) och kan liknas vid en teori om människors rationella handlande. Denna teori utvecklades av Fishbein & Azjen,²⁸ och från den har sedan Azjen utvecklat en teori om planerat handlande (TPB).²⁹ TPB-modellen handlar om fyra generella koncept; beteendemässiga attityder, subjektiva normer, intentioner till användning, samt den faktiska användningen. En tredje vanlig modell för att förklara människors anammande av ny teknologi är "Technology Acceptance Model" (TAM).³⁰ I denna modell fokuserar man särskilt kring attityder och hur människors intentioner för att använda en särskild innovation eller service kan studeras. Fem koncept studeras; den upplevda användarvänligheten, upplevda användbarheten, attityder att till att använda, intentioner till att använda, samt den faktiska användningen. Modellen kan användas för att studera anammande av teknologier bland såväl individer som organisationer. TAM kan enligt Pedersen betraktas som ett specialfall av TRA, eftersom TAM är särskilt fokuserad till anammande av teknologier.³¹ Adoptionstraditionen knyter an till ekonomifältets forskning om konsumentbeteende,³² men också uses & gratificationstraditionen,³³ vilken är vanlig inom medie- och kommunikationsforskningen. I samtliga traditioner är det vanligt att

²³ Hartley (2002)

²⁴ Bergström (2005)

²⁵ Rogers (2003:288)

²⁶ Rogers (2003)

²⁷ Pederson & Ling (2002)

²⁸ Fishbein & Azjen (1975)

²⁹ Azjen (1985)

³⁰ Davids (1989)

³¹ Pedersen (2001)

³² Kotler et al (2001), Hoyer & MacInnis (2003)

³³ Blumler & Katz (1974) McQuail (1987) Weibull (1983) Lull (1990) Bergström, Wadbring & Weibull (2005) Moores (1993)

söker förstå människors val av medier. Inom uses & gratificationsforskningen studeras bl.a. hur och varför människor använder olika medier, och inom konsumentbeteende studeras människors beslutsprocesser och användning av produkter och tjänster i allmänhet. Människors val av medier påverkas av individuella, strukturella och samhälleliga faktorer. Inte sällan präglas mediekonsumtionen av vanor,³⁴ men det betonas att individen gör aktiva val. Den enskilda valsituationen spelar in såtillvida att människor väljer den tjänst eller produkt som är enklast och bekvämast för tillfället, vilket påverkas av exempelvis tid, olika alternativ, resurser, om det sker påverkan från andra människor m.m. Man bör ta hänsyn till mediekonsumentens livssituation och behov, motiv för medieanvändning, men också hurdana de är som människor.³⁵

Inom den tredje forskningstraditionen om domesticering studeras framförallt hur teknologier införlivas i vardagslivet. Domesticeringstraditionen har sina rötter i brittisk medieforskning. Fokus är på hur människor faktiskt använder medieteknologi, vilket inte alltid är på det sätt som denna var tänkt att användas. En utgångspunkt är att samtidigt som teknologin förändras snabbt är det annorlunda med människornas behov och vanor. Domesticeringsperspektivet domineras av beskrivande sociologiska studier som karakteriserar användningen utifrån sociodemografiska faktorer och man studerar såväl individer som grupper i samhället.³⁶ Samtidigt intresserar man sig också för konsekvenserna i samhället av att människor införlivar teknologier i vardagslivet.³⁷ Domesticerings-traditionen kan relateras till uses & gratifications traditionen kring vilken roll och funktion mobiltelefonen får i vardagen. Människor skapar medvetet eller undermedvetet relationer till olika medier beroende på dess funktioner och för- och nackdelar. Inom uses & gratifications traditionen har man exempelvis studerat olika mediernas funktioner för människor; om de är informations- eller förströelseorienterade, och om de upplevs vara en bas eller ett komplement. För nyheter utgör exempelvis morgontidningen vanligen ett basmedium, och internet ett komplement,³⁸ även om dessa mönster är föränderliga.³⁹ På ett liknande sätt kan det studeras vilken funktion mobiltelefonen får i vardagslivet, och vilka behållningar människor får genom att använda den.

De tre traditionerna skiljer sig åt i fråga om makro- eller mikroperspektivet. Vidare kan sägas att diffusions- och domesticeringsstudierna vanligen är beskrivande. I diffusionsstudierna kategoriseras människor utifrån huruvida de anammat olika medietekniker. Sedan görs analyser av dessa människor utifrån exempelvis sociodemografiska faktorer. Förklaringsdimension utnyttjas främst till att förklara anammande utifrån innovationens och kommunikationskanalernas karaktär. Exempelvis att det vid anammande av mobiltelefoni sker en påverkan från faktorer som exempelvis osäkerhet, initiala och löpande kostnader, relativ fördel, kompatibilitet och komplexitet.⁴⁰ Forskare inom adoptionstraditionen är mer inriktade på förklaringar av människors beteende utifrån ett individperspektiv. Inom domesticeringstraditionen är man istället mer intresserad av hur människor använder mobiltelefonen, och vilka konsekvenser denna användning får, för såväl individer som grupper.⁴¹ I det följande ämnar jag diskutera forskningen kring hur mobiltelefonin har spridits, anammats, och domesticerats mer ingående.

³⁴ Lull (1990) Christiansen & Bergström (1998), Westlund (2004)

³⁵ Bokelund (1995) Bergström, Wadbring & Weibull (2005) Moores (1993)

³⁶ Pedersen (2001) Ling (1997) Townsend (2000)

³⁷ Silverstone & Hirsch (1992) Silverstone & Haddon (1996)

³⁸ Weibull & Kratz (1995), Bergström 2005, Bergström, Wadbring & Weibull (2005)

³⁹ Westlund (2007a)

⁴⁰ Rogers (2003) Pedersen & Methlie (2004) Katz & Sugiyama (2006)

⁴¹ Pederson & Ling (2002)

4. Mobiltelefonins spridning

När mobiltelefonerna först började spridas bland svenskarna under åttiotalet så var det en medieteknik som användes framförallt bland högutbildade affärsmän, men också inom vissa servicenäringar som exempelvis åkerier. Mobiltelefoner var stora, svarta klumpar som man helt enkelt använde för att kunna ringa samtal var man än befann sig. Funktionerna skiljde sig inte särskilt, och designmässigt var de alla tämligen lika varandra. En stor fördel för mobiltelefonens spridning var att man kan ringa till fasta telefoner, inte bara mobiltelefoner. Dess enkelhet och likhet med vanliga telefoner var en viktig fördel.⁴² I detta avsnitt tas fasta på att diskutera den mobiltelefoniforskning som fokuserar mobiltelefonens spridning på makronivå. Sådana diffusionsstudier är vanligen av beskrivande karaktär och den metodologiska ansatsen är vanligen kvantitativ i form av enkäter. I analysen av användare kategoriseras dessa vanligen utifrån sin benägenhet att anamma innovationen, men också utifrån sociodemografiska faktorer. Det bedrivs en hel del diffusionsforskning inom industrin i syfte att skapa en överblick över konsumenternas beteenden. Rapporten fokuserar primärt vetenskapliga undersökningar, varav somliga emellertid utförs i samarbete med industrin. I detta avsnitt har forskningen om mobiltelefonens spridning delats upp utifrån dess roll som kommunikationsmedium och som multimedium. I rapporten redovisas ett urval av forskningen om mobiltelefonens spridning. Det finns väldigt många studier som behandlar spridning av mobiltelefoni som dock inte tas upp här.⁴³

4.1. Mobiltelefonen som kommunikationsmedium

Det är av naturliga skäl svårt att statistiskt bedöma om den globala spridningen av mobiltelefoni. Tillgängliga forskningsresultaten om mobiltelefonins spridning är vanligen begränsade till nationella gränser. Statistik och bedömningar av den globala spridningen återfinns hos olika aktörer i telekombranschen och bland internationella marknadsundersökningsinstitut, vanligen är denna information inte tillgänglig. Emellertid används dessa resultat som underlag i vetenskapliga sammanhang.⁴⁴ Ett institut bedömde att det fanns 2.2 miljarder mobiltelefonanvändare i världen år 2005, vilket motsvarar omkring en tredjedel av världens befolkning.⁴⁵ Enligt ett annat institut uppskattades det finnas omkring 2.6 miljarder abonnenter i september 2006, och att det till slutet av 2007 kommer att passera tre miljarder.⁴⁶ Samtidigt bedömer ett tredje institut att det kommer att finnas 3.2 miljarder abonnenter år 2011.⁴⁷ Om man gör en övergripande bedömning av denna information kan man dra slutsatsen att inom något år har omkring hälften av världens människor en mobiltelefon.

Den vetenskapliga forskningen om spridningen av mobiltelefonen som kommunikationsmedium behandlar vanligen diffusionsprocessen utifrån ett nationellt perspektiv. I många utvecklingsländer är spridningen av mobiltelefonen relativt låg. I dessa länder är vanligen spridningen olika bland olika grupper i samhället; det är en klassfråga. Bland de industrialiserade länderna uppträder intressanta mönster. I Ryssland är mobiltelefoner tämligen dyra och främst ett fenomen för medel- och överklassen, i synnerhet

⁴² Robinson & Robinson (2006)

⁴³ En sökning i Google Scholar på ” diffusion of mobile phones” gav 8470 sökträffar den 12 februari 2007.

⁴⁴ Skouby (2006) Melody (2006) Sangwan & Pau (2005)

⁴⁵ www.wcisdata.com

⁴⁶ <https://www.wirelessintelligence.com>

⁴⁷ <http://mic.iii.org.tw>

bland män.⁴⁸ I länder som uppnått en bred spridning utjämnas skillnaderna mellan olika grupper. I studier från Finland betonas att mobiltelefoner blivit en naturlig del av människors liv och kultur. Dess spridning är bred i alla samhällsgrupper, inte längre bara bland ungdomar och män.⁴⁹ Studier från Israel visar att de på bred front har anammat mobiltelefonin snabbt,⁵⁰ likaså i Danmark.⁵¹ Flera japanska forskare diskuterar att mobiltelefonen har en bred spridning i Japan, vilket har påverkats av särskilda sociala och kulturella kontexter. Det har skett en förskjutning från användning bland affärsmän, till ungdomar, och vidare till befolkningen i stort. I övergången från affärsanvändare till en bredare spridning blev mobiltelefonen alltmer ett personligt medium som ger utrymme för olika funktioner. Spridningen av mobiltelefoni accelererade först efter 1992 då kostnaderna innan dess var alltför höga.⁵² I Sverige finns fler abonnemang än användare,⁵³ men trots det finns det grupper i det svenska samhället som inte har en mobiltelefon, framförallt de äldre. Bland somliga grupper, som tonåringar och yngre vuxna, har alla en egen mobiltelefon.⁵⁴ Tonåringar och unga vuxna har ofta en positiv inställning till att anamma ny medieteknik så som mobiltelefoni. Bland anledningarna till att inte anamma är privatekonomiska skäl. En norsk studie visar att ett annat argument som angivits är att man av ideologiska skäl är mot ägande och användning av mobiltelefoni.⁵⁵

En del mobiltelefoniforskning behandlar hur den faktiska användningen kan karaktäriseras. Det kan vara kvantitativa studier som intresserar sig för frekvens och typ av användning bland olika grupper av personer. Exempelvis har Bolin gjort en jämförelse av svenskarnas mobiltelefonianvändning visar att svenska män använder sina mobiltelefoner för att prata oftare än vad kvinnor gör, vilka i sin tur är mer frekventa när det gäller att skicka SMS. Tonåringar och unga vuxna är mer frekventa användare av mobiltelefonen än andra åldersgrupper i samhället, bland dessa har i princip samtliga en egen mobiltelefon.⁵⁶ Därutöver finns undersökningar som görs av organisationer som Post & Telestyrelsen, i vilka användning av olika mobiltelefonitjänster sätts i relation till såväl den svenska som övriga nordiska marknaden. Exempelvis konstateras att SMS-användandet är lägre i Sverige än övriga nordiska länder p.g.a. att priset är högre. SMS betraktas dock som en populär tjänst i förhållande till MMS; svenskarna skickar SMS trettio gånger så ofta som MMS.⁵⁷ Ett perspektiv kan handla om att analysera ökningen av en tjänst som SMS över tid; t.ex. att svenskarna skickade 22 procent mer SMS under 2006 än 2005. Det görs också jämförelser med andra länder. Svenskarna skickar färre SMS än övriga länder i Norden. Finländarna skickar SMS dubbelt så ofta, norrmännen fyra gånger så ofta och danskarna sex gånger så ofta.⁵⁸ Det sker en ökning i användningen av såväl MMS, SMS och röstsamtal bland svenskarna och de förklaringar som framförs handlar om att prissättningen är lägre. Emellertid spelar givetvis även flera andra faktorer in, och prisets roll är av olika betydelse i olika grupper. I Japan kan abonnenterna endast skicka SMS till människor som är abonnenter hos samma telekomoperatör. SMS-användningen är förhållandevis liten jämfört med andra länder p.g.a. detta. Däremot är det möjligt att skicka e-post till vem man vill med hjälp av

⁴⁸ Vershinskaya (2002)

⁴⁹ Puro (2002)

⁵⁰ Schejter & Cohen (2002)

⁵¹ Constantiou et al (2005)

⁵² Matsuda (2005a), Okada (2005), Kohiyama (2005)

⁵³ PTS (2006b)

⁵⁴ Bolin (2005)

⁵⁵ Ling & Helmersson (2000)

⁵⁶ Bolin (2005, 2006)

⁵⁷ Öst (2005)

⁵⁸ PTS (2006b)

mobiltelefonen. Japanerna har valt e-post före SMS. Detta förklarar varför japaner skickar flest e-postmeddelanden från mobiltelefonen jämfört med övriga länder.⁵⁹

Skandinavien och de asiatiska länder tycks ligga i framkanten när man betraktar spridningen av mobiltelefoni ur ett globalt perspektiv, men det är å andra sidan så att övriga länder knappar in eftersom marknaden i dessa länder har mognat. Robbins & Turner argumenterar att den teknologiska och kulturella utvecklingen av mobiltelefonen drivs fram av asiatiska och skandinaviska länder, inte av USA. Därför sker det enligt deras mening en omvänd kulturimperialism.⁶⁰ En sammanfattande slutsats är att diffusionsforskare vanligen studerar användningen av mobiltelefoni tämligen väl avgränsat. Man fokuserar kring spridningen av en enskild funktion och en enskild nation.

4.2. Mobiltelefonen som multimedium

Mobiltelefonen har börjat bli en ersättare till vanliga hemtelefoner i ett globalt perspektiv. Det hävdas också att den på vissa fronter även ersätter vanligt Internet.⁶¹ Det finns prognoser och förhoppningar om att människor i utvecklingsländer kommer att skaffa sina första internetvanor via mobiltelefonen, inte via datorn.⁶² Underlaget för bedömningen av den globala spridningen av mobiltelefonen som multimedium är osäker. Den baseras på information från telekom-aktörer och internationella marknadsundersökningsinstitut. I forskningen diskuteras varför 3G-standarden generellt haft en långsam spridning, ser olika ut mellan olika geografiska regioner, och skiljer sig mellan olika teknologistandarder. Den forskning som bedrivs om spridningen av mobiltelefonen som multimedium är till stor del fokuserad kring användaren som konsument, och hur denne ska lockas till användning. I Europa lyfts Sverige, Italien och Storbritannien fram som länder där utvecklingen av 3G har kommit längst. Det diskuteras att denna ökning skett framförallt sedan operatörer lanserat tilltalande abonnemang, ofta till paketpris med rabatt på högpresterande mobiltelefoner.⁶³ Somliga nationer har en särskilt bred spridning av mobiltelefonen som multimedium. Japan och Syd-Korea brukar nämnas, men också de nordiska länderna. Matsuda konstaterar att spridningen av internet i mobiltelefonen vid en internationell jämförelse var högst i Japan de inledande åren av 2000-talet. Under 2002 hade fyra utav fem japaner ett abonnemang på internet till sina mobiltelefoner. Den snabba spridningen har gynnats av att mobilt internet⁶⁴ har marknadsförts till allmänheten, inte endast affärsanvändare. För många japaner har deras första erfarenhet av internet varit genom mobiltelefonen, inte med datorn.⁶⁵

Det finns relativt mycket forskning om hur olika sociodemografiska grupper anammat mobiltelefonen. Exempelvis visar en studie att de tidiga accepterarna av mobilt internet i Taiwan som yngre ensamstående män i åldern 21-40 år.⁶⁶ I en studie som görs i samarbete mellan Helsingfors Tekniska Universitet, Nokia och olika telekomoperatörer i fem europeiska länder samt USA, konstateras att användningen av mobiltelefonen som multimedium uttryckt genom användning av mobilt internet, ännu är tämligen begränsad. Ett program har registrerat omkring tvåtusen mobiltelefonkonsumenters beteende med deras mobiltelefoner under flera

⁵⁹ Kohiyama (2005)

⁶⁰ Robbins & Turner (2002)

⁶¹ De Souza e Silva (2006)

⁶² Mobilefrontiers (2006)

⁶³ www.umts-forum.org

⁶⁴ Särskilt operatören DoCoMo's internetjänst I-mode har marknadsförts till allmänheten

⁶⁵ Matsuda (2005a)

⁶⁶ Hun et al (2003)

månaders tid. Bland de slutsatser som kan dras är att de som använder mobilt internet vanligen är unga vuxna och män. En annan slutsats är att innehavet av en 3G-telefon fungerar som en drivkraft till en mer omfattande användning av mobilt internet. Det är dock en minoritet av användarna som genererar den mesta datatrafiken.⁶⁷ På liknande sätt har det tidigare konstaterats att tillgång till bredband uppvisar ett positivt samband med ökad användning av internet.⁶⁸ En studie från 2005 visar att sju procent av svenskarna använde nyheter i mobiltelefonen minst någon gång per månad. Användningen är högst bland människor i åldern 15-49 år, bland högutbildade, storstadsmänniskor och bland internetanvändare. Dessa personer är inte bara i högre utsträckning användare överhuvudtaget, men också mer frekventa i sin användning.⁶⁹ En uppföljande undersökning år 2006 visar liknande resultat i adoption bland olika grupper. Dock har det skett en ökning till elva procent som använder nyheter i mobiltelefonen minst någon gång per månad.⁷⁰ I en undersökning av nyutexaminerade akademiker i Göteborg under 2006 fastslås att det är en mycket heterogen grupp. Bland dessa högutbildade är det framförallt teknologer som använder mobiltelefonen för internet och nyheter, följt av ekonomer, jurister och naturvetare. Akademiker från vård, pedagogik och samhällsvetenskap använder dessa tjänster i betydligt mindre utsträckning. Det framgår också tydligt att män anammat dessa tjänster till större grad än kvinnor. Tolv procent av männen tar del av nyheter i mobiltelefonen minst någon gång per vecka, men endast en procent av kvinnorna.⁷¹

I andra studier har man studerat spridningen av 3G. Under 2006 utgjordes andelen utgående samtal i det svenska mobiltelefonnätet till tio procent av samtal i 3G-nätet.⁷² Det framförs inga förklaringar till denna spridning. Det förefaller dock rimligt att det sker en ökning av 3G-spridning i takt med att utbudet till konsumenterna förändras, fler tillgängliga 3G-mobiltelefoner till allt fördelaktigare priser. Det påverkas givetvis också av konsumenternas bedömning av kvalitén i 3G-nätet och det utbud av tjänster som tillhandahålls. Det finns också andra beskrivande studier kring spridningen och användningen av mobiltelefonen som multimedium. Dessa handlar exempelvis om frekvensen i användningen av olika innehållstjänster; som nedladdning av innehåll och användande av e-post eller nyheter.⁷³ Det kan också vara analyser av förändring i omfattningen av användning av datatjänster i mobiltelefonen över tid.⁷⁴ Förklaringar till dessa förändringar måste enligt min mening sökas i förståelsen av förändringarna av såväl mediernas utbud som individernas sociala situation.

En reflektion kring resultaten från forskningen om mobiltelefonens spridning som multimedium är att den empiriska tyngden är tämligen svag. Forskningen utgår ofta från andra perspektiv än användarna. Dess fokus är istället teknologiska och ekonomiska möjligheter samt politiska beslut. Denna forskning tar ofta avstamp i en idé om att mobiltelefonen som multimedium har en stor potential, men att man ännu inte lyckats med att framgångsrikt få potentiella användare att anamma den. Det förs diskussioner om spridningen av mobiltelefonen som multimedium, och varför diffusionsprocessen anses gå långsamt.⁷⁵ Det finns många osäkerhetsmoment i detta sammanhang. 3G och mobilt internet kanske inte

⁶⁷ Versakalo (2006)

⁶⁸ Bergström (2005)

⁶⁹ Westlund (2006a)

⁷⁰ Westlund (2007c)

⁷¹ Ohlsson (2007)

⁷² PTS (2006b)

⁷³ PTS (2005c, 2005d) Bolin (2005, 2006) Westlund (2006a, 2006b, 2007a, 2007b) Matsuda (2005b)

⁷⁴ PTS (2006b)

⁷⁵ Wilson (2006), Melody (2006) Funk (2005) Lehr & McKnight (2005) Bohlin et al (2004) Frattasi et al (2005) Foggin (2005) Goandal (2006)

kommer att anammas och användas på det sätt företagen avsett. Det kan också uppstå skillnader i anammande i förhållande till de prognoser som ges av såväl industrin som forskare. Flera av de studier som för diskussioner kring utvecklingen utifrån ett diffusionsperspektiv saknar alltså empirisk tyngd. Dessa bör därför enligt min mening inte ses som renodlade analyser av mobiltelefonens faktiska spridning. I en del fall formar tillgänglig branschstatistik, d.v.s. sekundärkällor, en utgångspunkt för texter av mer diskuterande karaktär. I dessa studier är den teoretiska utgångspunkten är diffusionsteori, där man vilar mot sekundärkällor, och sedan för en diskussion. Min bedömning är att diffusionsforskningen är tämligen allierad med industrin och deras intresse för tillämpad forskning. Man fokuserar övergripande mönster och trender. Forskningen pekar mot att det framförallt somliga grupper av individer som anammat mobiltelefonen som multimedium. Det är unga vuxna män som vanligen har en tämligen hög inkomst och utbildning. I forskningen förs samtidigt en diskussion om att diffusionsprocessen går långsammare än förväntat. Det diskuteras att det främst beror på kvalitén i de tjänster som erbjuds, inte att det inte skulle finnas någon efterfrågan alls.

5. Adoption av mobiltelefoni.

Det har diskuterats att forskare inom adoptionstraditionen fokuserar kring att förklara beteenden på en individnivå. Detta görs vanligen utifrån tre olika traditionella utgångspunkter, TRA, TPB och TAM.⁷⁶ Adoptionsstudier har använts som utgångspunkt för studier av anammande av mobiltelefonen som kommunikationsmedium⁷⁷ men framförallt multimedium.⁷⁸ Samtidigt kan det ges förklaringar till adoptionsbeteende också i forskning som inte anknyter till de traditionella utgångspunkterna. Matsuda söker förklara den snabba spridningen av mobiltelefoni bland japaner. Hon argumenterar att männen ofta uppgav att de skaffade en mobiltelefon för att deras arbete uppmanade dem till det. Kvinnor å andra sidan kände sig uppmanade av sin familj att skaffa.⁷⁹ Adoption bland barn och ungdomar har tagit fart sedan införandet av kontantkort i Japan år 1999. Barnen har önskat ett privat medium, och föräldrarna har önskat mer kontroll. Föräldrar känner ett behov av att kunna kommunicera med sina barn och veta vad de gör. De japanska barnen tillbringar mycket tid utanför hemmet; i skolan på dagen och kurser och aktiviteter på kvällstid. Detta har frammanat införskaffandet av mobiltelefoni till dem.⁸⁰

Bland de studier som gjorts inom adoptionstraditionen kan nämnas att Pedersen tillämpat en bearbetad modell av TPB, teorin om planerat beteende. Han säger sig förklara 49 procent av de tidiga accepterarnas intentioner att använda mobiltelefonen som multimedium genom olika tjänster.⁸¹ Constantiou har tagit sin utgångspunkt i TAM, och sedan i kombination med andra teorier studerat användningen av avancerade mobila data servicetjänster (AMDS). Hon identifierar fyra grupper av mobiltelefonanvändare; 1) talkers, 2) writers, 3) photographers och 4) surfers. Dessa har segmenterats utifrån hur de använder sin mobiltelefon. ”Talkers” är de som endast använder röstsamtalsfunktionen, sedan grupperas de utifrån hur de anammat också andra tjänster. ”Surfers” är människor som använder såväl kamera, SMS, MMS och

⁷⁶ Pederson & Ling (2002) Fishbein & Azjen (1975) Azjen (1985) Davids (1989)

⁷⁷ Kwon & Chidambaram (2001)

⁷⁸ Pederson & Ling (2002) Pederson (2001) Green et al (2001) Pedersen & Methlie (2004) Palen et al (2001) Constantiou (2006) Pagani (2004), Teo & Pok (2003)

⁷⁹ Matsuda (2005b)

⁸⁰ Miyaki (2005)

⁸¹ Pederson (2001)

mobilt internet. Denna grupp består främst av teknikintresserade med medelhög inkomst. De har flera års erfarenhet av att använda mobiltelefon, och byter upp sig ofta.⁸²

I en annan adoptionsstudie argumenterar Pedersen & Methlie att det måste utvecklas innehållstjänster som är särskilt utformade för mobiltelefoner. Det bör finnas behov av dessa tjänster, vilket handlar om att de ska upplevas som användbara, funktionella och lätthanterliga. De anser att det måste finnas en balans i komplexitet och användarvänlighet, liksom en bredd i innehåll och funktioner som erbjuds.⁸³ I en annan undersökning argumenterar Nysveen, Pedersen & Thorbjornsson att det finns fyra övergripande faktorer som påverkar människors intentioner att använda mobila tjänster; motiv, attityder, normativ påverkan, och känsla av kontroll.⁸⁴ Pagani har tillämpat en reviderad TAM-modell i en studie av adoption av 3G-tjänster i sex olika länder. Hennes slutsats är att det finns fyra avgörande kriterier för huruvida människor använder dessa tjänster. Det viktigaste kriteriet är upplevd användbarhet, följt av användarvänlighet, pris och överföringshastighet.⁸⁵ Även i marknadsundersökningar studeras självklart intentioner och behov; studier från Danmark pekar mot ett stort behov av flexibilitet i livet och mobilt internet upplevs bidra till detta.⁸⁶ Ett mobilt internet värderas i konsumenternas ögon efter deras erfarenheter av det datorbaserade internet, och möjligheten att välja mellan dessa två medier. Constantiou betonar att människor har begränsat med tid per dygn, och att många har tillgång till vanligt internet under stora delar av dygnet.⁸⁷ Flera forskare söker förklara den breda spridningen i användning av mobilt internet i Japan. Matsuda betonar kulturella skillnader i människors behov. Hon diskuterar att mobiltelefoner passar japanerna, som är vana vid små bilar, små lägenheter o.s.v. Att mobiltelefonen och dess skärm är liten upplevs inte som något större problem. I andra kulturer är behoven i generell mening annorlunda.⁸⁸ Barry & Yu argumenterar att mobilt internet i Japan är framgångsrikt eftersom det inte endast är internet överfört till mobiltelefonen. Istället är det anpassat till japanernas behov av kommunikation och frihet.⁸⁹ Det argumenteras också att för att förstå adoptionen av mobiltelefoni i olika grupper måste man söka förklaringar på såväl samhälls- som individnivå.⁹⁰

Människor kan ha olika kunskap om mobilt internet och dess möjligheter; somliga känner till det, andra gör det inte. Bland dem som känner till att det finns ett mobilt internet finns det personer som använder det, men även dem som inte gör det. Det kan finnas flera anledningar till varför man anammat eller avstått, exempelvis behov, kunskap eller ekonomiska möjligheter. I flera studier diskuteras hur externa faktorer som kopplas till vad man kan likna teknologi och medieutbudet påverkar människors benägenhet att anamma mobiltelefoni. Sådana faktorer är innehållsutbud, dataöverföringshastighet, behov, mobiltelefoners prestanda och prismodeller m.m. En vanligt förekommande uppfattning är också att utvecklingen av innehållstjänster går trögt,⁹¹ och att intresset bland konsumenterna är svalt. Somliga forskare argumenterar att externa faktorer har en stor påverkan på huruvida människor väljer att anamma mobila tjänster. Exempelvis diskuteras att mobilt internet till stor del kommer att

⁸² Constantiou (2006)

⁸³ Pedersen & Methlie (2004)

⁸⁴ Nysveen, Pedersen & Thorbjornsson (2005)

⁸⁵ Pagani (2004)

⁸⁶ Goandal (2006)

⁸⁷ Constantiou (2006)

⁸⁸ Matsuda (2005a)

⁸⁹ Barry & Yu (2002)

⁹⁰ Yu et al (2002)

⁹¹ Wilson (2006)

drivas av tjänster och utbud som konsumenter uppskattar.⁹² Det argumenteras att utifrån ett användarperspektiv så är användarvänligheten och innehållsutbudet begränsat, vilket bromsar intresset.⁹³ Påverkan sker också genom formerna som mobilt internet erbjuds, hur enkelt det är att besöka olika sajter och prissättningen för dessa.⁹⁴ Även möjligheten för användare att vara medskapare av innehåll kan påverka utvecklingen.⁹⁵ I Japan har telekomoperatörer låtit icke-användare av mobiltelefoni och internet vara med i utvecklingsarbetet av mobilt internet. Man har strävat efter att sprida dessa tjänster till den breda allmänheten.⁹⁶

Forskningen visar att benägenheten att anamma mobiltelefonen som multimedium kan relateras till människors grundläggande attityder om vad en mobiltelefon är och kan vara. Somliga ser mobiltelefonen endast som ett interpersonellt kommunikationsmedium eftersom det är vad den traditionellt sett har varit. Andra ser istället mobiltelefonen som det multimedium den har blivit. Okazari diskuterar att man i Japan betraktar mobiltelefonen som en enhet som man kan surfa på internet med. I många andra länder betraktas emellertid datorn vara det enda redskapet för att nå internet.⁹⁷ Forskning om den svenska kontexten visar att det finns olika dimensioner i människors attityd till mobiltelefonen. Somliga betraktar den endast som ett personligt kommunikationsmedium. Man vill också låta den förbli så eftersom man vill känna en distans från vad man kallar mediebrus. Det argumenteras att det är ett intrång i den personliga sfären att få SMS-reklam eller liknande, och även att det upplevs som stressigt att ha internet i mobiltelefonen. Andra ser mobiltelefonen som ett multimedium, och är positivt inställda till att börja använda den på ett sådant sätt.⁹⁸

Studier indikerar att för yngre människor är det vanligt att föräldrarna förser dem med medietekniken. Emellertid är det andra jämnåriga som påverkar dem i sitt beslut om vad de skall köpa; märke, modell, funktioner o.s.v.⁹⁹ Vid köp av medieteknik spelar vanligen personlig påverkan en viktig roll, genom att människor konsulterar varandra inför köp av nya produkter.¹⁰⁰ Med Internets utveckling kan man se att sådan information också utbytes på Internet. På forum kan konsumenterna utvärdera sina köp, och dela med sig av sina erfarenheter till presumtiva köpare. Människor val av medier och teknologier bestäms av flera olika faktorer såsom behov och motiv. Teknologi kan vara spännande och prestigefyllt. Somliga införskaffar en viss teknologi p.g.a. sitt intresse för teknologin i sig.¹⁰¹ Intresset för olika innehållstjänster i mobiltelefonen påverkas av såväl den generella attityden till att anamma ny medieteknik, som intresset/behovet för det särskilda innehållet. Det görs studier av intresset för specifikt innehåll inom adoptionstraditionen. Exempelvis visar resultaten från en studie att somliga människor uttrycker ett intresse för tjänster där innehållet knyts till användarens geografiska position. Det handlar om att få information eller reklam som är anpassad till den plats en person befinner sig vid.¹⁰²

Vid val av mobiltelefon sker ett samspel mellan mobiltelefonens attribut och individers behov, intressen, motiv och ekonomi. I forskningen om mobiltelefoner framhävs ofta dess

⁹² Staton (2001)

⁹³ De Souza e Silva (2006)

⁹⁴ Feijoo et al (2006)

⁹⁵ Okazari (2006)

⁹⁶ Rheingold (2002)

⁹⁷ Okazari (2006)

⁹⁸ Westlund (2007b)

⁹⁹ McMillan & Morrisson (2006).

¹⁰⁰ Kotler et al (2001), Hoyer & MacInnis (2003)

¹⁰¹ Moores (1993)

¹⁰² Haaker et al (2006)

positiva egenskaper i form av mobilitet och flexibilitet. Som kommunikationsmedium kan människor nå varandra genom att ringa, skicka SMS o.s.v. oavsett var de är. Det innebär att vardagen kan struktureras på andra sätt än när man inte hade en mobiltelefon. Spridningen av mobiltelefonen som multimedium öppnar även möjligheter till att hantera olika aktiviteter. Mobiltelefoner anses förändra tempot och effektiviteten i livet. Människor kan dessutom vara mer flexibla i sin kommunikation med omvärlden. Exempelvis att man kan kontakta varandra och ändra planerade tider och platser för sammankomster.¹⁰³ Inom uses & gratifications forskningstraditionen har man studerat vilka olika belöningar eller sorters tillfredsställelse som människor får från olika medier. Exempelvis kan medier ge människor information, underhållning, förströelse, kunskap, men också ge en social kontext, sällskap, eller hjälpa en person att forma en identitet.¹⁰⁴ Användningen av mobiltelefoner ger människor olika behållningar; forskningen visar att mobiltelefoner kan associeras till lycka, bekvämlighet och njutning.¹⁰⁵ Pedersen & Methlie diskuterar att flera studier visar att mobiltelefonen uppfattas som ett personligt, tillgängligt och funktionellt medium. Människor uttrycker också att de kan få underhållning och avslappning.¹⁰⁶ Forskningen intresserar sig för människors behov av och motiv för att anamma mobiltelefoni. I dagsläget intresserar sig forskarna framförallt för adoptionen av multimediala tjänster, såväl intentioner, attityder och beteende. En central fråga inom adoptionsforskningen handlar om varför man vill eller inte vill anamma. I det kommande avsnittet diskuteras istället ett annat forskningsperspektiv som fokuserar hur mobiltelefonen har införlivats i vardagslivet.

6. Mobiltelefonens roll som del av vardagslivet

Domesticeringstraditionens studier syftar till att belysa hur mobiltelefonen används i vardagslivet.¹⁰⁷ Ett vanligt argument är att domesticeringsprocessen är pragmatisk och går mellan social och teknologisk determinism och fokuserar på hur individer själva skapar mening i de situationer de befinner sig i.¹⁰⁸ I detta avsnitt diskuteras forskning med mobiltelefonen som studieobjekt utifrån ett brett perspektiv. I fokus är mobiltelefonens roll i människors liv, vilket analyseras bl.a. utifrån kön och ålder. Inom mobiltelefoniforskningen har det studerats hur användningen skiljer sig åt mellan olika grupper i fråga om kön och ålder.¹⁰⁹ I dessa studier har man intresserat sig för hur mobiltelefonen anammats och används för olika sorters tjänster, och att det visat sig finnas skillnader mellan män och kvinnor.¹¹⁰ Lemish och Cohen har studerat hur män och kvinnor använder mobiltelefonen i Israel. De konstaterar att män tillskriver mobiltelefonen en roll som en aktiv teknologi medan kvinnor domesticerat den med grund i deras behov av att kunna nås; män vill kunna nå andra, kvinnor vill kunna vara nåbara.¹¹¹ En bred samling forskare har i en antologi redovisat studier av hur ungdomar använder mobiltelefonen i flera olika länder. Bland slutsatserna är att ungdomarna bör ses som en heterogen grupp. Mobiltelefonen används på flera olika sätt. De flesta använder den som en ett verktyg för att skapa och upprätthålla kontakt med andra ungdomar. Mobiltelefonen är ett personligt medium som utgör en central del av ungdomars vardagsliv.¹¹²

¹⁰³ Katz & Aakhus (2002)

¹⁰⁴ Elliott (1997) Gunter (2003)

¹⁰⁵ McVeigh (2003)

¹⁰⁶ Pedersen & Methlie (2004)

¹⁰⁷ Pederson & Ling (2002)

¹⁰⁸ Ling (2004)

¹⁰⁹ Pederson & Ling (2001)

¹¹⁰ Ling (2001) Bolin (2006) Westlund (2006) Dobashi (2005)

¹¹¹ Lemish & Cohen (2005a)

¹¹² Lorente (2002a)

Ungdomar tenderar att skaffa sig särskild kompetens att använda mobiltelefonens funktioner.¹¹³ Det har även gjorts en rad olika studier av tonåringars användning av mobiltelefonen i Norden. Vilka funktioner man använder och vilken roll mobiltelefonen har i sociala sammanhang i vidare bemärkelse.¹¹⁴ En slutsats är att tonåringar är en heterogen grupp med skillnader mellan olika åldrar och kön.¹¹⁵ Wilska konstaterar att användningen av mobiltelefoner bland yngre är relaterat till deras allmänna konsumtionsmönster och livsstilar.¹¹⁶

Domesticeringsforskningen inriktas bl.a. på hur mobiltelefonen används i relation till vardagslivet, liksom konsekvenserna av denna användning. Mobiltelefonen är ett lättillgängligt medium för att lösa vardagliga situationer. Det finns studier kring hur mobiltelefonen används av hemmafruar,¹¹⁷ men också särskilda yrkesgrupper i samhället så som servicetekniker.¹¹⁸ Inom domesticeringstraditionen har det framförallt forskats kring mobiltelefonen som kommunikationsmedium. Bland de studier som gjorts om mobiltelefonen som multimedium utgör en japansk antologi på engelska ett centralt verk. Antologin behandlar mobiltelefonen som såväl kommunikationsmedium som multimedium. Med det avser jag att man studerar dels hur mobiltelefonen används för röstsamtal och SMS, dels användningen av datatjänster och liknande.¹¹⁹ Mobiltelefonen används framförallt för att upprätthålla och förbättra de relationer man skapat med människor, snarare än att etablera helt nya kontakter. Studier från Japan visar att de e-post meddelanden som skickas med mobiltelefon vanligen sänds till människor man känner väl. E-post som skickas via datorn däremot används till ett större kontaktnät. En förklaringsfaktor är att mobiltelefonen används mer i arbetet.¹²⁰ Användning av e-post i mobiltelefonen är mer utbrett bland kvinnor än män i Japan. Det förklaras utifrån att mobiltelefonen inte upplevs som komplicerad, och att kvinnorna är mer sociala.¹²¹ Miyata et al gör en jämförelse av hur japaner använder internet i datorn och mobiltelefonen. Bland yngre är kvinnor de mesta användarna, bland äldre råder den motsatta situationen. E-post i mobiltelefonen används främst för kontakter med nära bekanta. E-post via datorn används för kontakter med människor i vidare mening.¹²² Det har även gjorts studier som fokuserar kring användning av olika funktioner såsom MMS och mobiltelefonkamera i Italien,¹²³ och mobiltelefonkamera i Japan.¹²⁴

Inom forskningen om mobiltelefoni tycks det råda en konsensus om bilden av mobiltelefonen som ett medium som frigör sina användare från begränsningar i tid och rum. Levinson argumenterar att mobiltelefonen av flera olika skäl har förändrat människors relation till världen. Det eftersom den digitala världen smälter samman med den fysiska genom att mobiltelefonen möjliggör olika former av kommunikation och massmedia vart än individen befinner sig.¹²⁵ Fujimoto skriver att mobiltelefonen frigör sociala och geografiska

¹¹³ Fortunati & Magnaelli (2002)

¹¹⁴ Weilenmann & Larsson (2000), Oksman & Rautiainen (2001), Ling & Yttri (2001), Johnsen (2000) Ling (2001d)

¹¹⁵ Pederson & Ling (2001)

¹¹⁶ Wilska (2003)

¹¹⁷ Dobashi (2005)

¹¹⁸ Tamaru & Ueno (2005)

¹¹⁹ Ito et al (2005)

¹²⁰ Ito (2005) Miyata et al (2005)

¹²¹ Matsuda (2005a)

¹²² Miyata et al (2005)

¹²³ Scifo (2003)

¹²⁴ Kato et al (2006)

¹²⁵ Levinson (2006)

dimensioner, men också möjligheten att göra flera saker samtidigt i vardagslivet.¹²⁶ Genom mobiltelefonen kan människor kommunicera utan att vara bundna till en särskild plats, som hemmet eller kontoret. Liknande utveckling har skett med exempelvis radio, CD och TV. Också de Souza e Silva diskuterar hur mobiltelefonen förändrar människans perspektiv på rumsliga begränsningar, eftersom denne nu kan vara ständigt uppkopplad mot den digitala miljön. Mobiltelefonen förändrar våra sociala sammanhang och de platser vi besöker, såväl fysiska som digitala. Hon argumenterar att mobiltelefoner inte skall analyseras som telefoner, men snarare som mikrodatorer. Det eftersom dessa enligt hennes mening idag mer liknar små datorer som man också kan ringa med.¹²⁷ Mobiltelefonen frigör alltså människan från många begränsningar. Samtidigt medför den att människor blir mer bundna av just mobiltelefonen i sina vardagsliv.¹²⁸ Ito menar att forskningen om mobiltelefoni medfört ett fördjupat fokus på den fysiska användarmiljön. Mobiltelefonen kan användas på olika sätt i olika kontexter.¹²⁹

Gergen betonar att mobiltelefonen har en enorm kapacitet som kommunikationsmedium, och att denna kapacitet fortsätter att öka genom att den integrerar internet.¹³⁰ Mobiltelefonen är i grunden en kommunikationsteknologi, men den omvandlas till ett kulturellt fenomen och en personlig pryl bland dess användare. Det hävdas att mobiltelefonen konstrueras socialt inom olika kulturer, att den som teknologiskt medium omformuleras till en kulturell artefakt bland människor i olika kulturer.¹³¹ En del forskare diskuterar att mobiltelefonen kan ses som en kulturell teknologi. De menar att mobiltelefoniteknologin påverkar kulturen, men också att kulturella värderingar påverkar mobiltelefoniutvecklingen.¹³² Somliga forskare argumenterar att mobiltelefonen virtuellt koloniserar allt fler kontexter i vardagslivet. Exempelvis upplever japanska ungdomar att det vore mycket svårt att klara sig utan mobiltelefon i sina vardagsliv.¹³³ Mobiltelefonen hjälper människor att skapa och underhålla sina personliga nätverk, somliga skulle ha svårt att klara sig utan den.¹³⁴

Mobiltelefonen var till en början en medieteknik som var begränsad till ett fåtal människor i samhället. När den senare fick en spridning var det ofta bara en familjemedlem som skaffade en mobiltelefon. Det har skett en förändring, en förändring som man kan notera kring också andra medier. TV:n var till en början ett medium som endast fanns i vissa hem, och grannar och släkt kom dit och fick titta. TV:n blev sedan ett hushållsmedium, och har sedan övergått till att i allt större grad bli ett personligt medium; det blir allt vanligare att olika familjemedlemmar har varsin egen TV. De Souza e Silva diskuterar en liknande utveckling för datorer. Ursprungligen fanns få datorer, och många olika människor använde en och samma dator, men datorn har sedan blivit en "personal computer". Nu förändras relationen mellan människa och dator ytterligare genom att datorns roll i blir mer tillbakadragen. Människan har fått tillgång till flera datorer; hem-PC, bärbar, arbetsdator, handdator, mobiltelefon o.s.v. De Souza e Silva argumenterar att datorn blivit allestädes närvarande i människors vardagliga liv, att den har förvandlats från att vara ett teknologiskt verktyg till att vara en personlig enhet som är en del av människors identitet.¹³⁵ Den fasta telefonen är knuten till en särskild plats, vilket kan vara ett hushåll. Mobiltelefonen däremot är idag knuten

¹²⁶ Fujimoto (2005)

¹²⁷ De Souza e Silva (2006)

¹²⁸ Habuchi (2005)

¹²⁹ Ito (2005)

¹³⁰ Gergen (2002)

¹³¹ Leonardi et al (2006)

¹³² Kavoori & Chadha (2006)

¹³³ Ito (2005) Fujimoto (2005)

¹³⁴ Tomita (2005)

¹³⁵ De Souza e Silva (2006)

till en individ. Det blir nästan rentav märkligt när det är flera personer som delar på en mobiltelefon, för en individ kan vilja veta vem det är som ska svara. Den bredare tillgången till olika medietekniker i dagens samhälle möjliggör en alltmer individuell medieanvändning.¹³⁶

Inom uses & gratifications traditionen diskuteras att medier kan fylla olika funktioner, och dessa kan vara antingen instrumentella eller expressiva. De instrumentella handlar om vilka praktiska funktioner ett medium kan ge. Det skall nu diskuteras att mobiltelefonens instrumentella roll i vardagen bl.a. kan yttra sig i hur man använder den för att koordinera aktiviteter med andra bekanta. Mobiltelefonen har också expressiva funktioner, bl.a. som en statusmarkör. Att skicka ett SMS kan handla om att praktiskt kommunicera med varandra, men studier visar också att somliga användare betraktar det som att skänka en gåva när de skickar SMS till sina bekanta.¹³⁷ Vid SMS-användning har skandinaviska studier visat att mobiltelefonen och SMS-meddelanden ses som ett socialt objekt bland ungdomar. Dessa visar upp och diskuterar meddelanden med varandra.¹³⁸ På så vis får SMS också en dubbel social funktion.

6.1. Instrumentell funktion: mobiltelefonen som socialt och koordinerande kommunikationsmedium

Med tanke på den spridning mobiltelefonen har fått som kommunikationsmedium kan det konstateras att den utgör en vanlig medieteknologi för många människor. Studier indikerar att människor tämligen snabbt införlivar mobiltelefonen i sina vardagliga rutiner.¹³⁹ I flera studier diskuteras den dagliga kommunikationen mellan individer med hjälp av mobiltelefoner. Man diskuterar bl.a. hur mobiltelefonen används i olika sociala grupper och hur människor förhåller sig till att integrera denna kommunikationsteknologi i sina dagliga sociala liv.¹⁴⁰ Sådana studier kan inrikta sig på särskilda funktioner. Exempelvis finns ett flertal studier av hur människor använder SMS i olika länder. En slutsats är att det framförallt ungdomar och i synnerhet tjejer som använder SMS. Det förklaras av att ungdomar har intensiva och rörliga liv med många sociala kontakter. I ungdomskulturen är socialt umgänge och en egen identitet viktigt. Att skicka SMS uppfattas som billigt och praktiskt. Genom särskilda symboler kan ungdomarna uttrycka sig på ett personligt sätt. Att skicka SMS uppfattas av somliga som en gåva; att man visar omtanke. SMS-meddelanden visas upp i ungdomsgruppen och får därför en dubbel social innebörd. För somliga är SMS ett sätt att slippa konversera per telefon.¹⁴¹ SMS har blivit ett användbart kommunikationsverktyg för döva.¹⁴² Mobiltelefonen kan även användas för videotelefoni bland döva. Dong Kim argumenterar att användningen av mobiltelefoner förändrat människors sociala interaktion.¹⁴³ På liknande sätt diskuterar Aakhus och Katz att mobiltelefoner har förändrat människors sociala liv och kommunikationsformer, och att forskningen måste undersöka dess roll som kommunikationsteknologi i vardagslivet.¹⁴⁴ Fansworth & Austin argumenterar att mobiltelefonen i likhet med introduktionen av andra nya teknologier i samhället förändrar kulturella traditioner. Exempelvis hur människor håller kontakt med varandra. De är av

¹³⁶ Beck & Beck-Gernsheim (2001), Reimer (1994), Bjur (2005)

¹³⁷ Garcia-Montes et al (2006)

¹³⁸ Weilenmann & Larsson (2001)

¹³⁹ Palen et al (2001)

¹⁴⁰ Ling & Yttri (2002), Kasesniemi & Rautiainen (2002), De Gournay (2002), Naufs & Tracey (2002)

¹⁴¹ Mante & Piris (2002) Höflich & Rössler (2002) Haddon (2002) Lobet-Maris & Henin (2002) Riviere (2002)

¹⁴² Goggin & Newell (2006)

¹⁴³ Dong Kim (2002)

¹⁴⁴ Katz & Aakhus (2002)

uppfattningen att mobiltelefonen håller på att bli en integrerad del av vardagen för människor runt om i världen.¹⁴⁵

Människors vardagliga rutiner i användning av mobiltelefonen kan utspela sig i olika sorters kontexter. Forskningen om mobiltelefoni diskuterar bl.a. hur mobiltelefonen och dess användning kan relateras till olika sammanhang som en resa, det privata, arbetet, det offentliga, fritiden m.m.¹⁴⁶ Människor rör sig genom olika kontexter och situationer i vardagen där de antar olika roller och har olika behov att tillfredsställa. Somliga studier av mobiltelefonens roll i vardagsstrukturen behandlar hur mobiltelefonen blivit ett centralt verktyg för att koordinera deras vardag.¹⁴⁷ Ling visar mobiltelefonens framträdande roll i olika pars dagliga liv. Hur mobiltelefonen är ett verktyg för att strukturera dagliga rutiner, familjelivet och konversationer.¹⁴⁸ Det diskuteras också "midcourse adjustment," vilket handlar om att människor med hjälp av mobiltelefonen kan göra tillfälliga överenskommelser om var de skall mötas för exempelvis ett restaurangbesök, och att det går att justera dessa efter hand.¹⁴⁹ I en annan studie diskuteras att för somliga människor handlar det om att olika forskare diskuterar s.k. mikro-koordination, vilket handlar om en instrumentell användning av mobiltelefonen för kommunikation och koordination i vardagen.¹⁵⁰ Det handlar om möjligheten att göra överenskommelser som ständigt kan förändras efter omständigheterna, utifrån att man kan ringa och ändra. Rheingold skriver att detta har medfört att ungdomen i flera länder har skaffat sig en mer avslappnad hållning till att passa mötestider.¹⁵¹ En del individer skaffar mobiltelefoner eftersom de känner att det vore bra om andra ständigt kan nå dem.¹⁵² Det kan vara mindre socialt accepterat att inte ha sin mobiltelefon med sig än att vara sen till ett möte. Studier från Israel visar att mobiltelefonen används ofta och överallt, men man ringer endast till ett begränsat antal människor. Den är med andra ord ett kommunikationsverktyg för att hålla samman kontakten framförallt med nära bekanta.¹⁵³ Studier från Japan ger liknande resultat.¹⁵⁴ Plant diskuterar hur människor använder mobiltelefonen för att kommunicera med familj och bekanta. I somliga samhällen har dess möjligheter förändrat förutsättningarna för den sociala kommunikationen. I muslimska länder känner många föräldrar att de tappat kontrollen över sina barns kontakter med det motsatta könet.¹⁵⁵ Ling diskuterar att människor kan använda bilen som en sorts telefonkiosk, där de gör om tidigare outnyttjad tid till en värdefull tid för konversation med bekanta genom mobiltelefonen.¹⁵⁶ En sammanfattande slutsats är att inom domesticeringstraditionen betraktas mobiltelefonen som en integrerad del människors vardag. Mobiltelefonen används på olika sätt i denna vardag. Exempelvis för som hjälpmedel för att strukturera dagliga rutiner och familjelivet, men också för att hålla kontakt med bekanta.

¹⁴⁵ Farnsworth & Austrin (2005)

¹⁴⁶ Pederson & Ling (2002) Dahlbom & Ljunggren (1999), Krisoffersen & Ljungberg (1999)

¹⁴⁷ Licoppe & Heurin (2002)

¹⁴⁸ Ling (2006)

¹⁴⁹ Ling (2004)

¹⁵⁰ Ling & Yttri (2002), Ling (2004) De Souza e Silva (2006)

¹⁵¹ Rheingold (2002)

¹⁵² Mante (2002)

¹⁵³ Schejter & Cohen (2002)

¹⁵⁴ Rheingold (2002)

¹⁵⁵ Plant (2000)

¹⁵⁶ Ling (2006)

6.2. Expressiv funktion; mobiltelefonen för identitet och status

I forskningen diskuteras att mobiltelefonen uttrycker något om dess ägares identitet och status. Under början av nittiotalet rådde en allmänt negativ attityd till mobiltelefoner i Japan. Exponering av en mobiltelefon gav signaler om att man var väldigt rik, upptagen och viktig. Med en bredare spridning har också förhållningssättet till mobiltelefonen förändrats.¹⁵⁷ Om en person idag rentav inte äger en mobiltelefon kan det uppfattas som en markering av individualitet.¹⁵⁸ Mobiltelefonen exponeras och sänder signaler till andra människor oavsett om ägaren vill det eller inte. Forskning om mobiltelefonanvändning och attityder visar att på ett mer allmänt plan så kan mobiltelefonen uttrycka personers stil, identitet och modemedvetenhet.¹⁵⁹ Studier visar att mobiltelefoner i många kulturer utgör en tydlig markör för modemedvetenhet och status,¹⁶⁰ att denna bär en kulturell mening genom vilken människor uttrycker sin personlighet.¹⁶¹ Användning av mobila tjänster kan ge en individ ökad status, liksom öka dennes sociala liv.¹⁶² Särskilt bland tonåringar är användningen av olika tjänster förknippat med social status.¹⁶³ Somliga forskare argumenterar att mobiltelefoner har blivit modeaccessorier,¹⁶⁴ andra betonar deras roll som kulturell och statusladdad ikon.¹⁶⁵ Skog diskuterar att pojkar vanligen framförallt uppskattar mobiltelefonernas funktioner, medan flickorna mest intresserar sig för symboliska och sociala attribut kring mobiltelefonen.¹⁶⁶ Ling & Yttri diskuterar hyper-koordination, vilket handlar om när mobiltelefonen får en expressiv funktion för människor; att den blir en del i deras sociala presentation av sig själva.¹⁶⁷ En slutsats är att mobiltelefonen är ett materiellt objekt som människor kan göra till ett personligt objekt som uttrycker deras livsstil och personlighet.

Den expressiva funktionen som möjliggörs genom mobiltelefonen har också studerats genom olika fallstudier. Exempelvis Campbell's studie om hur religiösa grupper använder textmeddelanden för att skapa social-religiösa nätverk. Han diskuterar den s.k. "Kosher-phone"; en särskilt skapad mobiltelefon för de ultra-ortodoxa grupperna i Israel som endast har enkla funktioner. Ett innehav av andra sorters mobiltelefoner uppfattas som ett avståndstagande bland dessa grupper.¹⁶⁸ Vidare är mobiltelefonen nära förknippad med även de handikappade människornas identitet och känsla av sammanhang.¹⁶⁹ Från forskningen kan vi se att mobiltelefonen har en tydlig expressiv funktion inom vissa grupper av människor. Därför är det kanske inte heller förvånande att en del forskning, som exempelvis Tutt et al, också diskuterar hur mobiltelefonen blir en del av hur tonåringar skapar sin identitet,¹⁷⁰ eller att Fortunati konstaterar att mobiltelefonen används för att uttrycka människors individualitet.¹⁷¹ Vi kan notera att domesticeringstraditionen främst fokuserat studier av mobiltelefonen som kommunikationsmedium. Bland de studier som gjorts om mobiltelefonen

¹⁵⁷ Matsuda (2005a)

¹⁵⁸ Kato (2005)

¹⁵⁹ Ling (2001a), Ling (2001b) Skog (2002) Ling (2002b) Habuchi (2005) Matsuda (2005a) Katz & Sugiyama (2005) Lemish & Cohen (2005b) Fortunati (2005)

¹⁶⁰ Mante & Piris (2002) Katz & Sugiyama (2006)

¹⁶¹ Gordon (2005)

¹⁶² Leung and Wei (2000)

¹⁶³ Skog (2000) Weilenmann & Larsson (2000)

¹⁶⁴ Fortunati (2002)

¹⁶⁵ Varbanov (2002)

¹⁶⁶ Skog (2002)

¹⁶⁷ Ling & Yttri (2002)

¹⁶⁸ Cambell et al (2006)

¹⁶⁹ Goggin & Newell (2006)

¹⁷⁰ Tutt et al (2005)

¹⁷¹ Fortunati (1998)

som multimediet återfinns några som behandlar dess expressiva funktion. Identitetsskapande processer kan nämligen även relateras till människors användning av olika tjänster i mobiltelefonen. Exempelvis är det bland befolkningen i Syd-Korea mycket populärt att skapa personliga mini-hemsidor i mobiltelefonen, vilket är ett sätt att kommunicera sin identitet till omvärlden.¹⁷² Denna användning kan också vara instrumentell, att människor gör sig delaktiga i medborgarjournalistik genom mobiltelefoner.¹⁷³

7. Mobiltelefonen i privat och offentlig sfär

Översikten visar att forskningen om mobiltelefoni har tämligen olika perspektiv i de tre olika forskningstraditionerna. En beröringspunkt som i viss mån återkommer i samtliga traditioner handlar om konsekvenserna av mobiltelefonins spridning, adoption och domesticering. Dessa forskningsresultat presenteras här i ett fristående avsnitt. Denna forskning härrör emellertid främst från domesticeringstraditionen. Det finns även forskningsbidrag som anknyter till uses & gratificationstraditionen. Forskningen återknyter till mobiltelefonens konsekvenser för individers känsla av privat och offentlig sfär.

Habermas idéer om privat och offentlig sfär har diskuterats tämligen väl inom samhällsvetenskapen.¹⁷⁴ Tidigare distinktioner mellan privat och offentlig sfär luckras upp genom introduktionen av mobiltelefonen. Det kan handla om att gränserna mellan det privata och arbetet suddas ut,¹⁷⁵ men också att gränser mellan den offentliga miljön öppnas upp för det privata.¹⁷⁶ Ling diskuterar att mobiltelefonen ofta används i offentliga sammanhang. Exempelvis att man ringer när man går på gatan eller på bussen m.m.¹⁷⁷ Det personliga samtalet som sker mellan två hemtelefoner är vanligen privat, det är inte andra människor i omgivningen. Mobiltelefonen däremot har öppnat upp för privat kommunikation på offentliga platser som bussar och restauranger. Somliga menar att skillnad uppstår när en dialog förs på en buss i kollektivtrafiken där det i ena fallet är två fysiskt närvarande personer, i det andra fallet ett mobiltelefonsamtal.¹⁷⁸ Mobiltelefonen är ett medium man kan ta med sig vartsomhelst, och som gör att individen kan konstruera sin mening i det urbana rummet.¹⁷⁹ Exempelvis att en människa kan ringa och småprata som tidsfördriv när denne är i stadsmiljön men inte har något särskilt att göra. Hemmet betraktas vanligen som en privat sfär. För tonåringar kan hemmet emellertid kännas som en offentlig sfär. Det är tonåringens rum som är den privata sfären. Där kan mobiltelefonen användas utan att familjen stör.¹⁸⁰ Mobiltelefonen utgör en central roll i ungdomars vardagsliv. Med hjälp av denna skapar man egna personliga utrymmen i olika kontexter.¹⁸¹ Forskning visar att människor uppfattar mobiltelefonen som ett väldigt privat medium. Till skillnad från dator, tv m.m. så har man en alldeles egen mobiltelefon.¹⁸² Matsuda diskuterar att japanska ungdomar har en levnadsstil där de har svårt att skilja på det privata och det offentliga. Exempelvis att man sitter och äter

¹⁷² Hjorth & Kim (2005)

¹⁷³ Robinson & Robinson (2006)

¹⁷⁴ Habermas (2003) Orignalet gavs ut 1962

¹⁷⁵ Haddon (1998)

¹⁷⁶ Licoppe & Heurtin (2001) Ling (2002a) Matsuda (2005a) Fujimoto (2005) Love & Kewley (2005) Paragas (2005) Ling, R & Pedersen, P (2005)

¹⁷⁷ Ling (2004)

¹⁷⁸ Whitney (2006), Fortunati (2002)

¹⁷⁹ Hemment (2005)

¹⁸⁰ Caronia (2005)

¹⁸¹ Oksman & Rautiainen (2002)

¹⁸² Lorente (2002b)

på en trappa i stadskärnan eller sminkar sig på tåget. Dessa beteenden anser hon har medfört ett liknande gränslöst beteende med mobiltelefonen.¹⁸³

Fortunati har studerat mobiltelefon utifrån hur den möjliggör människors individuella handlingar i samhället och minskar människors bundenhet till familjen.¹⁸⁴ Mobiltelefonen har medfört förändringar i olika kulturer kring det privata och offentliga. I muslimska nationer har familjefadern vanligen kontrollen över husets hemtelefon, men genom mobiltelefoner kan samtliga familjemedlemmar kommunicera privat och på individuell basis.¹⁸⁵ Individens ökade möjligheter till kontroll och kommunikation på egna villkor har givetvis förändrats också i andra nationer och kulturer. Det har vidare konstaterats att mobiltelefonen skapat privata kommunikationsutrymmen för japaner. Dessa reser mycket med kollektivtrafiken, arbetar i öppna kontorslandskap och bor i små utrymmen. Behovet av en mobiltelefon för privat kommunikation är mindre för amerikaner, som reser i bil, bor i större hus och har egna kontor.¹⁸⁶ Det finns också studier av hur mobiltelefoner används i offentliga sammanhang i kontexter som återfinns i alla kulturer, som exempelvis restauranger.¹⁸⁷

En del av forskningen som är relaterad till den kontextuella användningen av mobiltelefonen fokuserar kring dess konsekvenser. Schegloff diskuterar hur nya konversationsätt har formats genom framväxten av mobiltelefoner. Han diskuterar också att det uppstått sociala problem som en följd av människors användning av mobiltelefoner i den offentliga miljön.¹⁸⁸ Mobiltelefoner kan uppfattas som att de gör intrång i människors sociala sammanhang eftersom de är närvarande vid såväl offentliga som privata sammanhang. Plant diskuterar att när människor tar emot mobiltelefonsamtal i offentliga sammanhang finns tre huvudsakliga sätt att svara. Det första är att svara och samtidigt dra sig ur den sociala kontexten. En annan möjlighet är att ta samtalet samtidigt som personen stannar i den sociala kontexten men upphöra med vad de sysslade med. Ett tredje alternativ är att stanna i kontexten, och försöka fortsätta med vad de gjorde samtidigt som de pratar. Detta beteende är särskilt vanligt bland tonåringar.¹⁸⁹ Det är givetvis också möjligt att inte ta samtalet. De Souza e Silva skriver att i flera länder är mobiltelefonsamtal som äger rum vid offentliga platser inte endast privata. Det eftersom man kan engagera personer i sin omgivning i samtalet.

Möjligheten att ständigt kommunicera med omvärlden genom sin mobiltelefon upplevs som något praktiskt och en trygghet. Denna känsla kan dock förvandlas till en stresskänsla. Ling diskuterar mobiltelefonens påträngande effekter på människors personliga integritet.¹⁹⁰ Kimata diskuterar att mobiltelefonen stör den personliga integriteten, och kan orsaka stresskänslor.¹⁹¹ Levinson argumenterar att människor måste utveckla sociala förhållningssätt till mobiltelefonens roll i deras vardagliga liv, och vilka krav och skyldigheter kring dess användning som man kan förvänta sig. Han skriver; "Being on call, being available twenty-four hours a day, seven days a week, having to explain why we don't want to talk, is probably the single biggest universal problem created by the cellphone".¹⁹² Ett mobiltelefonsamtal kan när som helst tränga sig in i människors umgänge, och individen som svarar skärmar därmed

¹⁸³ Matsuda (2005a)

¹⁸⁴ Fortunati (2001)

¹⁸⁵ Maroon (2006)

¹⁸⁶ De Souza e Silva (2006)

¹⁸⁷ Ling (1997)

¹⁸⁸ Schegloff (2002a), Schegloff (2002b)

¹⁸⁹ Plant (2000)

¹⁹⁰ Ling (2004)

¹⁹¹ Kimata (2003)

¹⁹² Kavoori & Chadha (2006)

av sig från sin fysiska miljö. Mobiltelefoner dekontextualiserar individer från särskilda fysiska platser, och i telefonsamtal finns ett behov av att föra in en kontext. Därför är det vanligt att människor som ringer till mobiltelefoner frågar var personen de ringer till befinner sig någonstans.

I Japan har det växt fram normer kring att mobiltelefonen skall användas på ett tyst sätt i offentliga miljöer. Exempelvis är det oartigt, ibland rentav förbjudet, att prata i mobiltelefonen vid resor med kollektivtrafiken. Däremot är det accepterat att kommunicera via e-post i samma miljö.¹⁹³ Det har på många håll införts förbud mot att använda mobiltelefoner i offentliga sammanhang, exempelvis bibliotek, biografier och sektioner i tåg. De Souza e Silva diskuterar att det i västerländska samhällen finns ett utbrett ogillande kring mobiltelefonsamtal på offentliga platser, särskilt i Storbritannien, där var femte person tycker att det är störande.¹⁹⁴ Mobiltelefonen är ett kommunikationsmedium, men kan uppfattas som anti-socialt när det avbryter människors faktiska umgänge med andra närvarande individer. Yttri har genomfört en studie som bl.a. behandlar konsekvenserna kring människors integration av mobiltelefonen i sina vardagsliv. Hon konstaterar att mobiltelefonen kan bidra till ett beteende där gränserna mellan arbete och fritid suddas ut eftersom människor blir mer tillgänglig. För somliga höjer den livskvalitén, för andra bidrar den till en sänkning.¹⁹⁵ Detta handlar delvis om mobiltelefonens funktioner och möjligheterna till kontroll. Genom mobiltelefoner kan ungdomar snabbare lära sig att ta kontroll över sina liv, genom att skapa en egen plattform för social kommunikation.¹⁹⁶

Ling argumenterar att människors behov av kontroll påverkar att de vill ha en mobiltelefon, så att de skall kunna ringa vid exempelvis nödsituationer.¹⁹⁷ Med mobiltelefonen kan föräldrar på ett sätt lättare ha kontroll över sina barn; genom att de kan kontakta dem. Samtidigt får de mindre insyn i sina barns personliga relationer.¹⁹⁸ Den ökade kontrollen har blivit en förmån också för andra människor i samhället; taxichaufförer, låginkomsttagare m.fl. Den ökade kontrollen för individen har i somliga fall inneburit en minskad kontroll för andra.¹⁹⁹ Arceneaux diskuterar hur mobiltelefonianvändningen reser frågor kring etikett för användning samt om mobiltelefonen ger ökad säkerhet i en positiv bemärkelse, eller kontroll i en negativ anda.²⁰⁰ Gordon argumenterar att studier av telekommunikation vanligen är relaterade till också andra kulturella faktorer så som språk och genus. Han eftersöker studier om hur människor använder mobiltelefonen för att hålla kontakt med omvärlden. Även studier av mobiltelefonens konsekvenser efterfrågas, t.ex. hur mobiltelefonen används i illegala sammanhang. Det eftersom man exempelvis i Japan har försökt förbjuda kontantkortstelefoner då de kan användas anonymt av brottslingar.²⁰¹

Vi kan konstatera att forskningen kring hur mobiltelefonen som multimediet används i vardagslivet är begränsad. Det beror självklart delvis på att dess spridning ännu är begränsad. Mobiltelefonen är en del av människors kultur. Den är ett viktigt element för hur människor kommunicerar med varandra, och även uttrycker sin personlighet och status. Mobiltelefonen har medfört en uppluckring av olika gränser som en följd av att den kan användas på många

¹⁹³ Okabe & Ito (2005), Dobashi (2005)

¹⁹⁴ De Souza e Silva (2006)

¹⁹⁵ Yttri (1999)

¹⁹⁶ Tutt et al (2005)

¹⁹⁷ Ling (2004)

¹⁹⁸ Matsuda (2005a)

¹⁹⁹ Garcia-Montes et al (2006)

²⁰⁰ Arceneaux (2005)

²⁰¹ Gordon (2006)

olika sätt, och i princip i alla kontexter. Gränserna mellan det privata och offentliga suddas ut. Det kan handla om fysiska gränser; som att använda mobiltelefonen för privata samtal när man åker buss i kollektivtrafiken. Det kan också vara att distinktionen mellan arbete och det privata blir svårare att urskilja eftersom mobiltelefonen ger möjligheter att kommunicera och vara produktiv i nya kontexter. Mobiltelefoni medför en ökad frihet, men det har också diskuterats att somliga värdesätter högre att bevara sin personliga integritet.

8. *Slutdiskussion*

Denna forskningsöversikt om användning av mobiltelefoni koncentreras till tre forskningstraditioner som har sina särskilda perspektiv och karaktärsdrag. En slutsats i denna forskningsöversikt är att användarfokuserad forskning ännu främst studerat mobiltelefonen som kommunikationsmedium. Forskningen om mobiltelefonen som multimedium har eskalerat på senare år i takt med att den börjat spridas i samhällen i västvärlden. Denna forskning utförs framförallt inom diffusions- och adoptionstraditionerna, men har också börjat produceras också inom domesticeringstraditionen. Denna sker dock främst bland länder i mobiltelefoniutvecklingens frontlinje, exempelvis Japan. Domesticeringstraditionen fokuserar bl.a. kring hur mobiltelefoner och dess instrumentella och expressiva funktioner införlivas i vardagslivet. Samhällsrelevansen och intresset för sådana studier ökar i takt med att dess spridning i samhället ökar. Det är därför rimligt att utgå från att med en bredare spridning i framtiden kommer forskningens fokus kring mobiltelefoni att successivt förskjutas. De nya multimedia funktioner som i dagsläget befinner sig i en inledande diffusionskurva kan i framtiden bli naturliga vardagsfenomen. Dessa kan självklart studeras inom domesticeringstraditionen. Adoptionsforskarna kommer sannolikt att inrikta sig på adoptionsbeteendet i särskilda grupper, eller för nyutvecklade funktioner.

Forskningen i de olika traditionerna har gemensamt att man studerar mobiltelefoni från ett användarperspektiv. Den kumulativa kunskapsnivån från de olika traditionerna bidrar med en mångdimensionell och nyanserad förståelse av användarnas beteende. Emellertid bedömer jag att de olika traditionerna tenderar att ha ett tämligen snävt synsätt. Det eftersom forskningen tenderar att fokusera endast de forskningsresultat som genererats inom den egna traditionen. Man använder i liten utsträckning forskningsresultat från andra traditioner och discipliner. Domesticeringstraditionen uppfattar jag som särskilt snäv medan diffusions- och adoptionsforskarna har ett något bredare synsätt. Dessa traditioner fokuserar vanligen nya innovationer. Dessa traditioner har inte sällan finansiellt stöd från industrin, som har ett självklart intresse för forskning om människors adoptionsbenägenhet. Eftersom integrationen mellan de olika traditionerna är begränsad löper den risk för att inte vara vetenskapligt kumulativ. Den tvärvetenskapliga mobiltelefoniforskningen är begränsad, vilket den också kritiserats för.²⁰² Min uppfattning är man bör ta fasta på den argumentation för ett holistiskt perspektiv i studier av mobiltelefoniutvecklingen som förs av somliga forskare.²⁰³ Framtida mobiltelefoniforskning bör enligt min mening i större grad präglas av tvärvetenskaplighet. Forskningen bör utvecklas med utgångspunkt i kunskapsläget inom de olika traditionerna. Forskning som kan föra samman kunskap om adoption, spridning och domesticering av mobiltelefonianvändning bör uppmuntras. Eftersom mobiltelefonen utvecklas som multimedium bör ögonen också vara öppna för forskningsläget om också annan informations- och kommunikationsteknologi.

²⁰² Constantiou (2006)

²⁰³ Pedersen & Methlie (2004) Melody (2006) Gergils (2005) Estenfield (2006) McChesney (2001) Kotler et al (2001) Wong and Hiew (2005) Nysveen, Pedersen & Thorbjornsson (2005) Kirk Sorensen et al (2006)

9. Referenser

- Abercrombie, N & Longhurst, B (1998) *Audiences – a sociological theory of performance and imagination*, London, Sage
- Altheide L D & Snow P R (1979) *Media logic*, Beverly Hills, Sage
- Arceneaux, N (2005) "The world is a phone booth: the American response to mobile phones, 1981-2000", *Convergence* 2005, Volume 11, Number 2
- Ajzen, I (1985) "From intentions to actions: a theory of planned behaviour", i J Kuhl & J Beckmann (red) *Action control: from cognition to behaviour*, Springer Verlag, New York, pp 11-39.
- Bagdikian, B (2004) *The new media monopoly*, Boston, Beacon Press Cop,
- Ball-Rokeach, J S & DeFleur, L M (1989) *Theories of mass communication*, New York
- Barry, M & Yu, L (2002) "The uses and meaning of I-mode in Japan" i S, Lorente (red), *Juventud y teléfonos móviles*, Madrid
- Blumler, J G & E, Katz (1974) *The Uses of Mass Communication*. Newbury Park, CA, Sage
- Bjur, J (2005) "Den individualiserade TV-tittaren" I *Det hyperindividualiserade samhället?*, Bjereld, U, Demker, M, Ekecrantz, J & Ekengren, A-M (red). Boréa, Umeå.
- Beck, U & Beck-Gernsheim, E (2001) *Individualization – institutionalized individualism and its social and political consequences*, London, Sage
- Bergström, A (2005) *Nyhetsvanor.nu – nyhetsanvändning på Internet, 1998 till 2003*, JMG, rgs Universitet
- Bergström, Wadbring, I, & Weibull, L (2005) *Nypressat*, JMG, Göteborgs Universitet
- Bohlin, E et al (2004) 'The future of mobile communications in the EU: Assessing the potential of 4G', European Commission
- Bokelund, C (1995) *Tidningsstunden är min, bara min*, Rapport nr 34 vid informations- och massmediegruppen vid Handelshögskolan i Göteborg
- Bolin, G (2005) "Stabila mobila trender", i *Lyckan kommer lyckan går*, i S Holmberg & L Weibull (red), SOM-nr 36, Kungälv
- Bolin, G (2006) "Makten över tekniken eller teknikens makt?" i *Du stora nya värld*, Holmberg S & Weibull, L (red), Kungälv
- Butkus, A (2006) *Media personalization using TV-anytime phase 2*, Proceedings of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006
- Burnett, R & Marshall, P, D (2003) *Web theory*, Routledge, London
- Cambell, H (2006) "Texting the faith: religious users and cell phone culture," i A, Kavoori & N, Arceneaux (red), *The cell phone reader*, Peter Lang Publishing, New York
- Caronia, L (2005) "Mobile culture; an ethnography of cellular phone uses in teenager's everyday life", *Convergence*, volume 11, number 3, SAGE, London
- Castells, M (2000) *Materials for an explanatory theory of the network society*, British journal of sociology, 51 (1): 5-24
- Castells, M (2001) *The Internet galaxy, reflections on the Internet, business and society*, Oxford University Press, Oxford
- Christiansen, B & Bergström, A (1998) *Tidningars symbol och bruksvärde*, Arbetsrapport nr 82, JMG, Göteborgs Universitet
- Constantiou, D I, Damsgaard, J & Knutsen, L (2005) *Beware of Dane-Geld – even if Paid, M-service adoption can be slow*, Proceedings of European Conference on Information Systems, May 26- 28, Regensburg, Germany
- Constantiou, I D (2006) *Exploring mobile user's choice of advanced mobile data: a research framework based on referencing and reasoning processes*, Proceedings of the 3rd

- International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006
- Dahlbom, B & Ljungberg, F(1999) "Mobile Informatics", *Scandinavian Journal of Information Systems*, 10, pp 227-234.
- Davenport T, Leibold M & Voelpel S, (2006) *Strategic management in the innovation economy*, Publicis, Germany
- Davis, F D (1989) "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, 13, pp 319-340
- De Gournay, C (2002) "Pretense of intimacy in France" i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- De Souza e Silva, A (2006) "Interfaces of hybrid spaces," i A, Kavoori & N, Arceneaux (red), *The cell phone reader*, Peter Lang Publishing, New York
- Dobashi, S "The gendered use of *Keitai* in domestic contexts"(2005) I M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press
- Dong Kim, S (2002) "Korea: personal meanings", i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Elliot, M (1997) *Förtroendet för medierna*, JMG, Göteborgs Universitet
- Enlund, N (2005) "Morgondagens teknik finns i dagens laboratorier", i *På väg mot medievärlden 2020*, H, Hvitfeldt & G, Nygren (red), Lund
- Estenfield, K (2006) *Mobile business evolution – vendors point of view*, Keynote, 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006
- Farnsworth, J & Austrin, T (2005) "Assembling portable talk and mobile worlds: sound technologies and mobile social networks", *Convergence* 2005, Volume 11, Number 2
- Feijoo, A A M, Alvaro, M, Rojo, D & Gomez-Barroso, J-L (2006) *European regulation, competition models and contents mobile access*, Proceedings of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006
- Feldmann, V & Zerdick, A (2005) 'E-merging media: the future of communication', i A, Zerdick et al (Red) *E-merging media*, European Communication Council Report, Springer
- Fidler, R (1997) *Mediamorphosis – understanding new media*, Thousand Oaks California
- Fishbein, M & Ajzen, I (1975) *Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research*, Addison-Wesley, Reading MA.
- Foggin, N (2005) "Mythology and mobile data", i P Glotz, S Bertschi and C Locke (red) *Thumb culture*, Beilefeld: Transcript Verlag, pp 251-60
- Fortunati, L (1998) *The ambiguous image of the mobile phone*, Cost 248 Report. Telia, Farsta.
- Fortunati, L. (2001) "The mobile phone: an identity on the move," *Personal and Ubiquitous Computing*, 5, 85-98.
- Fortunati, L (2002) "Italy: stereotypes, true and false" i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Fortunati, L (2005) "Mobile telephone and the presentation of self" i R, Ling & P, Pedersen, *Mobile communications; re-negotiation of the social sphere*, London, Springer

- Fortunati, L & Magnaelli, A-M (2002) "Young people and the mobile telephone" i S, Lorente (red), *Juventud y teléfonos móviles*, Madrid
- Fratasi, S, Frank, F & Ramjee, P (2005) *A look into the 4G crystal ball*, Proceedings of the International Conference on Intelligence in Communication Systems (INTELLCOM)
- Fujimoto, K (2005) "The third-stage paradigm: territory machines from the girl's pager revolution to mobile aesthetics," i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press
- Funk, L J (2005) 'New technologies, new customers and the disruptive nature of the mobile Internet: evidence from the Japanese market', i A, Zerdick et al (red) *E-merging media*, European Communication Council Report, Springer
- Garcia-Montes, M J, Caballero-Munoz, D & Perez-Alvarez, M (2006) "Changes in the self resulting from the use of mobile phones," *Media, Culture & Society*, London, Vol.28(1):67-82
- Gergen, K J (2002) "The challenge of absent presence" i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Gergils, H (2005) *Dynamiska innovationssystem i Norden?*, SNS Förlag, Stockholm
- Gergils, H (2006) *Dynamiska innovationssystem i Norden? Danmark, Finland, Island, Norge & Sverige*, SNS Förlag, Stockholm
- Giddens, A (1990) *The consequences of modernity*, Cambridge; Polity
- Goandal, I (2006), *Wireless operators: future developments of wireless and mobile*, 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006
- Goggin, G & Newell, C (2006) "Disabling cell phones", i A, Kavoori & N, Arceneaux (red), *The cell phone reader*, Peter Lang Publishing, New York
- Gordon, J (2005) "Editorial – mobile phones," *Convergence* 2005, Volume 11, Number 2
- Gordon, J (2006) "The cell phone: an artefact of popular culture," i A, Kavoori & N, Arceneaux (red), *The cell phone reader*, Peter Lang Publishing, New York
- Gotved, S (2006) 'Time and space in cyber social reality', *New Media & society*, SAGE publications, London, Vol 8(3) p 467-486
- Gregory, A (2000) *Planning and managing Public Relations campaigns*, London
- Green, N, Harper, R.H.R, Murtagh, G & Cooper, G (2001) "Configuring the mobile user: sociological and industry views," *Personal and Ubiquitous Computing*, 5, pp 146-156.
- Gunter, B (2003) *News and the Net*, Mahwah, London: Lawrence Erlbaum Associates
- Haaker, T, Kijl, B, Galli, L, Killström, U, Immonen, O, & de Reuver, M (2006) *Can advertising based earnings logic become a basis for future mobile models?* Proceedings of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006
- Habermas, J (2003) *Borgerlig offentlighet: kategorierna "privat" och "offentligt" i det moderna samhället*, Lund,
- Habuchi, M (2005) "Accelerating reflexivity," i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press
- Haddon, L (1998) *The experience of the mobile phone*, Paper presented to the XIV World Congress of Sociology, 'Social Knowledge: Heritage, Challenges, Prospects', Montreal, July 26th-August 1st 1998
- Haddon, G L (2002) "Youth and mobiles: the British case and further questions" i S, Lorente (red), *Juventud y teléfonos móviles*, Madrid

Han-joo, K Sang-kyu, B & Myeong-Cheal, P (2004) 'Mobile handset subsidy policy in Korea: Historical analysis and evaluation', *Telecommunications Policy*, 28, pp.23-42

Harmo, J, Rokkas, T & Katsianis, D, (2006) *Business scenario analysis for alternative B3G technologies*, Proceedings of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006

Hartley, J, (2002) *Communication, cultural and media studies; the key concepts*, London

Heckman, D (2006) "Do you know the importance of a skypager?: Telecommunications, African Americans, and popular culture," i A, Kavoori & N, Arceneaux (red), *The cell phone reader*, Peter Lang Publishing, New York

Hemment, D (2005) "The mobile effect", *Convergence 2005*, Volume 11, Number 2

Hentén, A & Tadayoni, R (2006) *Drivers and barriers for the development of mobile broadcast*, Proceedings of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006

Hentén, A, Vasileios, K, Roswall, R, Windekilde, I, En Tan, S (2006) *Business models for personal networks*, Proceedings of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006

Hess, T (2005) 'Media companies between multiple utilisation and individualisation: an analysis for static content', in Zerdick, A et al (red) *E-merging media*, European Communication Council Report, Springer

Hjorth, L & Kim, H (2005) "Being there and being here, gendered customising of mobile 3G practices through a case study in Seoul," *Convergence 2005*, Volume 11, Number 2

Hoyer, W D & MacInnis, D J (2003) *Consumer behaviour*, Houghton Mifflin, Boston

Hun S.Y, Ku, C.Y, Chang, C.M, (2003) "Critical factors of WAP services adoption: an empirical study", *Electronic Commerce Research and Applications* 2(1), pp 42-60

Hvitfeldt, H (2000) "I en ny medievärld", i H Hvitfeldt & G Nygren (red) *På väg mot medievärlden 2020*, Lund

Höflich J, & Rössler P (2002) "More than JUST a telephone: The Mobile Phone and Use of the Short Message Service(SMS) by German Adolescents: Results of a Pilot Study" i S, Lorente (red), *Juventud y teléfonos móviles*, Madrid

Ismail, A (2006) *Reviewing the case of Danish mobile industry – Analyzing the relative strength and weaknesses of the Systems of Innovation (SI) and Triplehelix Innovation models*, Proceedings of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006

Ito, M "Introduction" (2005) M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press

Ito, M & Okabe, D (2005) "Technosocial situations: emerging structuring of mobile e-mail use" i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press

Ito, M, Okabe, M & Matsuda, M (2005) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press

James, W (1998) *The principles of psychology*, Bristol

Johnsen, T E (2000) *Ring meg! En studie av ungdom og mobiltelefoni*. Masters Thesis, Department of Culture Studies, University of Oslo, Norway.

Kasesniemi, E-L & Rautiainen, P (2002) "Mobile culture of children and teenagers in Finland" in Katz, J E & Aakhus, M (red) i E J, Katz, & M, Aakhus (red), *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press

Kato, H “Japanese youth and the imagining of *Keitai*” (2005) M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press

Kato, F, Okabe, D, Ito, M, Uemoto, R (2005) “Uses and possibilities of the *Keitai* camera” i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press

Katz, E J & Aakhus, M (2002) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press

Katz, J E & Sugiyama, S (2005) “Mobile phones as fashion statements: the co-creation of mobile communication’s public meaning,” i R, Ling & P, Pedersen, *Mobile communications; re-negotiation of the social sphere*, London, Springer

Katz, E J & Sugiyama, S (2006) ‘Mobile phones as fashion statements: evidence from student surveys in the US and Japan’, *New Media & society*, SAGE publications, London, Vol 8(2) 321-337

Kavoori, A & Chadha, K (2006) ”The cell phone as a cultural technology: lessons from the Indian case,” i A, Kavoori & N, Arceneaux (red), *The cell phone reader*, Peter Lang Publishing, New York

Kimata, H (2003) “Enhancement of allergic responses in patients with atopic eczema/dermatitis syndrome by playing video games or by frequently ringing mobile phone”, *European journal of clinical investigation* 33(6):513-18

Kirk Sorensen, J, Eg Larsen, J, En Tan, S, Schultz, N (2006) *Developing and assessing user nered of personal network services*, Proceedings of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006

Kohiyama, K (2005) “A decade in the developments of mobile communications in Japan” i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press

Kotler P, Armstrong G, Saunders J & Wong Veronica (2001) *Principles of marketing*, Pearson Education, Edinburgh Gate

Kristoffersen, S & Ljungberg, F (1999) “Making Place to Make IT Work: Empirical Explorations of HCI for Mobile CSCW”, In GROUP’99: *Proceedings of the international ACM SIGGROUP conference on supporting group work*, November 14-17, Phoenix, AZ, p., 276–285. New York: ACM Press.

Kwon, H S & Chidambaram, L (2000) *A test of the technology acceptance model: the case of cellular telephone adoption*. Proceedings of the HICSS-34, Hawaii, January 3-6.

Lemish, D & Cohen, A A (2005a) *On the gendered nature of mobile phone culture in Israel, Sex Roles, Vol. 52, Nos. 7/8, April 2005*

Lemish, D & Cohen, A A (2005b) “Tell me about your mobile and I’ll tell you who you are: Israelis talk about themselves,” i R, Ling & P, Pedersen, *Mobile communications; re-negotiation of the social sphere*, London, Springer

Lennstrand, B (2001) *Hype IT*, Stockholm

Lehr, W & McKnight, W L (2005) ‘Wireless Internet access: 3G vs. WiFi’, i Zerdick, A et al (Red) *E-merging media*, European Communication Council Report, Springer

Leonardi, P, Leonardi, M, Hudson, E (2006)”Culture, organizations, and contradiction in the social construction of technology: adoption and use of the cell phone across three cultures,” i A, Kavoori & N, Arceneaux (red), *The cell phone reader*, Peter Lang Publishing, New York

Leung, L. & Wei R (2000) “More Than Just Talk on the Move: Uses and Gratifications of the Cellular Phone.” *Journalism and Mass Communication Quarterly* 77:308-320.

- Levinson, P (2006) "The little big blender: How the cellphone integrates the digital and the physical, everywhere," i A, Kavoori & N, Arceneaux (red), *The cell phone reader*, Peter Lang Publishing, New York
- Licoppe, C & Heurtin, J P (2001) "Managing One's Availability to Telephone Communication Through Mobile Phones: A French Case Study of the Development Dynamics of Mobile Phone Use", *Personal and ubiquitous computing*, 5:99-108, Springer-Verlag, London
- Licoppe, C & Heurin, J P (2002) "France: preserving the image" i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Lievrouw, L (2006) 'New media design and development: Diffusion of innovations vs. social shaping of technology', I L, Lievrouw & S, Livingstone (red.) *The Handbook of new Media* Sage, pp. 246-265
- Ling, R (1997). "One can talk about common manners!": the use of mobile telephones in inappropriate situations," I L, Haddon (red) *Themes in mobile telephony*, Final Report of the COST 248 Home and Work group, Telia, Farsta.
- Ling, R (2001a) *Adolescent girls and young adult men: Two sub-cultures of the mobile telephone*. Paper presented at the InterMedia workshop on mobility, Oslo, 20 November,
- Ling, R(2001b) "We release them little by little": Maturation and gender identity as seen in the use of mobile telephony," *Personal and Ubiquitous Computing*, 5, pp 123-136.
- Ling, R (2001c) *The diffusion of mobile telephony among Norwegian teens: a report from after the revolution*. Paper presented at ICUST 2001, Paris, France, June 12-14.
- Ling, R (2001d) *It Is 'In.' It Doesn't Matter if You Need It or Not, Just That You Have It: Fashion and the Domestication of the Mobile Telephone Among Teens in Norway*. Working Paper, Telenor, Norway
- Ling, R (2002a) *The social and cultural consequences of mobile telephony as seen in the Norwegian context*. Fornebu, Telenor R&D R 9/2002.
- Ling, R (2002b) "Adolescent girls and young adult men: two sub-cultures of the mobile telephone" i S, Lorente (red), *Juventud y teléfonos móviles*, Madrid
- Ling, R (2004) *The mobile connection: the cell phone's impact on society*, Morgan Kaufmann, San Francisco
- Ling, R (2006) "Life in the nomos: stress, emotional maintenance, and coordination via the mobile telephone in intact families," i A, Kavoori & N, Arceneaux (red), *The cell phone reader*, Peter Lang Publishing, New York
- Ling, R & Helmersson, P (2000) "It must be necessary, it has to cover a need: the adoption of mobile telephony among pre-adolescents and adolescents," i *The social consequences of mobile telephony: the proceedings from a seminar about society, mobile telephony, and children*, R Ling & K Trane (red) Telenor R&D N 38/2000
- Ling, R & Yttri, B (2001) "Nobody Sits at Home and Waits for the Telephone to Ring: Micro and Hyper-Coordination Through the Use of the Mobile Telephone," i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Ling, R & Yttri, B (2002) "Hyper-coordination via mobile phones in Norway," i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Ling, R & Pedersen, P (2005) *Mobile communications; re-negotiation of the social sphere*, London, Springer
- Lobet-Maris, C & Henin, L (2002) "Talking without communicating or communicating without talking: from the GSM to the SMS" i S, Lorente (red), *Juventud y teléfonos móviles*, Madrid

- Lorente, S (2002) *Juventud y teléfonos móviles*, Madrid
- Lorente, S (2002) "Youth and Mobile Telephones: More than a Fashion" i S, Lorente (red), *Juventud y teléfonos móviles*, Madrid
- Love, S & Kewley, J (2005) "Does personality affect peoples' attitudes towards mobile phone use in public places?" i R, Ling & P, Pedersen, *Mobile communications; re-negotiation of the social sphere*, London, Springer
- Lundborg, M & Ruhle, E-O (2006) *The impact of future frequency regulation on business models for mobile TV*, Proceeding of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006
- Lull, J (1990) *Inside family viewing: ethnographic research on television's audiences*, London, Routledge
- Mante, E (2002) "The Netherlands and the USA compared" i E J, Katz, & M, Aakhus (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Mante, E A & Piris, D (2002) "SMS use by young people in the Netherlands" i S, Lorente (red), *Juventud y teléfonos móviles*, Madrid
- Maroon, B (2006) "Mobile sociality in urban Morocco," i A, Kavoori & N, Arceneaux (red), *The cell phone reader*, Peter Lang Publishing, New York
- Matsuda, M (2005a) "Discourses of *Keitai* in Japan" i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press
- Matsuda, M (2005b) "Mobile communication and selective sociality" i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press
- May, H & Hern, G (2005) 'The mobile phone as media', *International journal of cultural studies*, volume 8(2): 195-211, Sage publications, London
- McLuhan, M (1964) *Understanding media – extensions of man*, New York, McGraw-Hill
- McMillan, J S & Morrisson, M (2006) 'Coming of age with the Internet', *New Media & society*, SAGE publications, London, Vol 8(1) p 73-95
- McChesney, W R (1999) *Rich media, poor democracy: communication politics in dubious times*, University of Illinois Press
- McQuail, D (1987): *Mass Communication Theory: An Introduction*, London, Sage
- McQuail, D, (2000) *Mass communication Theory*, London
- McVeigh, B J (2003) 'Individualization, individuality, interiority and the Internet,' i N, Gottlieb & M, McLelland (red), *Japanese cybercultures*, Routledge, London
- Mediebarometern 2005* (2006) Nordicom, Göteborg
- Melody, W (2006) *The mobile revolution – hype, hope and reality*, Keynote presentation at 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks. Short-term and long-term development trends, DTU, Lyngby, Denmark, 30 November to 1 December 2006
- Miyaki, Y (2005) "*Keitai* use among Japanese elementary and junior high school students" i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press
- Miyata, K, Boase, J, Wellman, B & Ikeda, K (2005) "The mobile-izing Japanese: connecting to the internet by PC and Webphone in Yamanashi" i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press
- Mobilefrontiers (2006), News, p 4, issue 06, Feb 06
- Moore, R G (1999) *Crossing the chasm – marketing and selling technology products to mainstream customers*, Oxford
- Moore, S (1993) *Interpreting the Audiences. The Ethnography of Media Consumption.*

London, Sage

Naufs, D & Tracey, K (2002) "Mobile phone consumption and concepts of personhood," i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press

Negroponte N, (1995) *Being digital*, London, Hodder and Stoughton

Nysveen, H, Pedersen, P E & Thorbjornsson H (2005) "Intentions to use mobile services: antecedents and cross-service comparisons," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Volume 33, No.3, pp 330-346

Näringsdepartementet, (2003) *Lag om elektronisk kommunikation – en sammanfattning av regeringens proposition*, 2002/03:110

Nätverk & Kommunikation (2005) Nummer 5

Ohlsson, J (2007) *Göteborgsakademiker 2006 - Medieinnehav och medieanvändning bland unga högutbildade*, Arbetsrapport nr 48, JMG, Göteborgs Universitet

Okabe, D & Ito, M (2005) "Keitai in public transportation" i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press

Okada, T (2005) "Youth culture and the shaping of Japanese mobile media: personalization and the keitai Internet as multimedia" i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press

Okazari, S (2006) "What do we know about mobile Internet adopters? A cluster analysis", *Information & management*, 43, pp 127-141

Oksman, V & Raitiainen, P (2001) "*Perhaps it is a body part*". *How the mobile phone became an organic part of the everyday lives of children and teenagers*. Presented at the 15th Nordiska konferensen för medie- ock kommunikationsforskning, Reykjavik, Island, August, 11-13.

Oksman, V & Rautiainen, P (2002) "I've got my whole life in my hand – mobile communication in the everyday life of children and teenagers in Finland" i S, Lorente (red), *Juventud y teléfonos móviles*, Madrid

Oksman & Turtiainen (2004) "Mobile communication as a social stage," *New Media & society*, London, Sage, Vol 6(3), pp 319-339

Pagani, M (2004) "Determinants of Adoption of Third Generation Mobile Multimedia Services," *Journal of Interactive Marketing* (18:3) pp. 46-59.

Palen, L, Salzman, M & Youngs, E (2001) "Discovery and integration of mobile communications in everyday life," *Personal and Ubiquitous Computing*, 5, pp109-122.

Paragas, F (2005) "Being mobile with the mobile: cellular telephony and renegotiations of public transport as public sphere" i R, Ling & P, Pedersen, *Mobile communications; re-negotiation of the social sphere*, London, Springer

Pedersen, P E (2001) *Adoption of mobile commerce: An exploratory analysis*, SNF Report No. 51/2001, The Foundation for Research in Economics and Business Administration, Bergen, Norway.

Pedersen, P E & Ling, R (2002) "Mobile end-user service adoption studies: A selective review," *Scandinavian Journal of Information Systems*

Pedersen, P & Methlie, L (2004) *Exploring the relationship between mobile data services business models and end-user adoption*, presented at the Fourth IFIP Conference on e-Commerce, e-Business, and e-Government (I3E)

Petersen, M (2006) *Semantic extensions of TV-anytime metadata in DVB-H mobile broadcast*, Proceedings of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006

Picard, R (2005) "Mediernas nya ekonomiska villkor" i H, Hvitfeldt & G, Nygren (red), *På väg mot medievärlden 2020*, Lund

- Plant, S (2000) *On the mobile. The effects of mobile telephones on social and individual life*. Research Report, Motorola, US
- Prahalad, C K & Ramaswamy, V (2004) *The future of competition: co-creating unique value with customers*, Harvard Business School Pub, Boston
- PTS-ER-2005-26 (2005a) *UMTS-utbyggnaden – delrapport juni 2005*, Post & Telestyrelsen
- PTS-F-2005:4 (2005b) *Faktablad – för konsumenternas bästa – PTS resultat och tre förslag för en bättre telemarknad*, Post & Telestyrelsen
- PTS-ER-37 (2005c) *Privatpersoners användning av innehållstjänster*, Post och Telestyrelsen
- PTS-ER-2005:8 (2005d) *Analys av utbyggnaden av den tredje generationens mobila system och analys av framväxten av mobila innehållstjänster i ett internationellt perspektiv*, Post- och Telestyrelsen
- PTS-ER-2006:40 (2006a) *Competition and regulation in the Nordic mobile markets*, Sweden Post and Telecommunications agency
- PTS-ER-2006:46 (2006b) *Svensk Telemarknad första halvåret 2006*, Post- och Telestyrelsen
- Puro, J K (2002) "Finland: a mobile culture" i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Reid, A S (2005) "The rise of third generation phones: the implications for child protection," *Information & Communications Technology Law*, vol.14, No 2, June 2005
- Reimer, B (1994) *The most common of practices – on mass media use in late modernity*, Almqvist & Wiksell International, Stockholm
- Rheingold, H (2002) *Smart mobs – the next social revolution*, Perseus Publishing, Cambridge
- Riviere C A (2002) "Mini-messaging in everyday interactions: a dual strategy for exteriorising and hiding privacy to maintain social contacts" i S, Lorente (red), *Juventud y teléfonos móviles*, Madrid
- Robbins, K & Turner, M (2002) "United States: popular, pragmatic and problematic" i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Robinson, W & Robinson, D (2006) "Tsunami mobilizations: considering the role of mobile and digital communication devices, citizen journalism and the mass media," i A, Kavoori & N, Arceneaux (red), *The cell phone reader*, Peter Lang Publishing, New York
- Rogers, M E (2003) *The diffusion of innovations*, Free Press, New York
- Schegloff, E A (2002a) "On 'opening sequencing': a framing statement," i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Schegloff, E, A (2002b) "Opening sequencing" i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Schejter, A & Cohen, A (2002) "Israel: chutzpah and chatter in the Holy Land" i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Sangwan, S & Pau, L-F (2005) *Diffusion of Mobile Phones in China*, ERim Report Series Research in management, ERS-2005-056-LIS, Erasmus Universiteit Rotterdam
- Scifo, B (2005) "The Domestication of the Camera Phone and MMS Communications. The Experience of Young Italians," I K, Nyíri (red.) *A Sense of Place*, Vienna, Passagen-Verlag.
- Silverstone R & Hirsch, E (1992) *Consuming Technologies*, Routledge, London
- Silverstone, R & Haddon, L (1996) "Design and the Domestication of Information and Communication Technologies: Technical Change and Everyday Life," i R, Silverstone & R, Mansell (red), *Communication by Design. The Politics of Information and Communication Technologies*, Oxford, Oxford University Press.

Skog, B (2002) "Mobiles and the Norwegian Teen: Identity, Gender and Class." i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press

Skouby, K-E (2006) *Present and future mobile telecommunications*, Keynote, 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006

Snowden, C (2006) "Casting a powerful spell: the evolution of SMS," i A, Kavoori & N, Arceneaux (red), *The cell phone reader*, Peter Lang Publishing, New York

Staton, R, (2001) 'The mobile Internet: What is it? How will it be built? And what services will it deliver?' *International review of law computers & technology*, volume 15, No. 1, 59-72

Stelacon (2004), *Förutsättningarna för framväxten av mobila innehållstjänster*, November 2004

Tamaru, E & Naoki, U (2005) "Design of Keitai technology and its use among service engineers" i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press

Teo, T S H & Pok, S H (2003) "Adoption of WAP-Enabled Mobile Phones among Internet Users," *Omega* (31), pp. 483-498.

Thompson, B J(1995) *Media and Modernity*, Cambridge

Tomita, H "Keitai and the intimate stranger" (2005) M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press

Townsend, A M (2000) "Life in the real – mobile telephones and urban Metabolism," *Journal of Urban Technology*, 7, pp 85-104.

Tuomi, I (2005) 'Virtual communities, space and mobility', i Zerdick, A et al (Red) *E-merging media*, European Communication Council Report, Springer

Tutt, D (2005) "Mobile performances of a teenager: a study of situated mobile phone activity in the living room", *Convergence* 2005, Volume 11, Number 2

Varbanov, V (2002) "Bulgaria: mobile phones as cultural icons" i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press

Versakalo, H (2006) *Mobile data service evolution; empirical observations on packet data service adoption*, Proceedings of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006

Vershinskaya, O (2002) "Mobile communication. Use of mobile phones as a social phenomenon – the Russian experience" i S, Lorente (red), *Juventud y teléfonos móviles*, Madrid

Wadbring, I (2003) *En tidning i tiden*, JMG, Göteborgs Universitet

Weibull, L (1983) *Tidningsläsning i Sverige*, Liber, Stockholm

Wadbring, I & Weibull, L (2000) *Tryckt – utgångspunkter för att studera dagspressen*, JMG, Göteborgs Universitet

Weibull, L & Kratz, C (1995) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*, Kungälv

Weilenmann, A. & Larsson, C (2000) "On Doing 'Being Teenager'. Applying Ethnomethodology to the Analysis of Young People's Use of Mobile Phones" i L, Svensson, U, Snis, C, Sørensen, H, Fägerlind, T, Lindroth, M, Magnusson & C, Östlund (red), *Proceedings of IRIS 23*. Laboratorium for Interaction Technology, University of Trollhättan Uddevalla

Weilenmann, A & Larsson, C (2001) "Local use and sharing of mobile phones," i *Wireless world: social and interactional aspects of the mobile age*, B. Brown et al (red) London, Springer Verlag

Westlund, O (2004) *Lokaltidning.se?*, Arbetsrapport nr 24, JMG, Göteborgs Universitet

Westlund, O (2006a) *Beyond time and space - Sweden and their Mobile Internet News Users (MINU)* (2006) Paper presented at presented at the AOIR 7.0 "Internet convergences" conference (Association of Internet Researchers) in Brisbane, Australia 27-30 September 2006

Westlund, O (2006b) www.news.mob.se – an analysis of uncertainties in the Swedish market (2006) Proceedings of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006

Westlund, O (2006c) "Svalt intresse för lokala nättidningar" (2006) I Karl-Erik Gustafsson (red) *Lokalmediestudier*, Media Management and Transformation Centre, Internationella Handelshögskolan, Högskolan i Jönköping

Westlund, O (2007a) "Nyheter bland unga vuxna i Göteborg" (2007) I Lennart Nilsson (red) *Det våras för regionen*, SOM-nr 40, Göteborgs Universitet

Westlund, O (2007b) *Kommande*, Arbetsrapport, JMG, Göteborgs Universitet

Westlund, O (2007c) "Kommande", SOM-institutet, Göteborgs Universitet, i S Holmberg & L, Weibull, L (red), *Kommande*, SOM-nr 41, Kungälv

Wilska, T-A (2003) "Mobile phone use as part of young people's consumption styles," *Journal of Consumer Policy* 26, pp 441–463

Wilson, J (2006) "3G to Web 2.0? – Can mobile telephony become an architecture of participation?," *Convergence*, Vol 12 (2), pp 229-242, Sage, London

Whitney, A (2006) "Can you fear me now?: cell phones and the American horror film," i A, Kavoori & N, Arceneaux (red), *The cell phone reader*, Peter Lang Publishing, New York

Wong, C C & Hiew, P L (2005) 'Mobile Entertainment: Review and Redefine', *Proceedings of the International conference on Mobile business (ICMB '05)*, IEEE Computer Society

Yttri, B (1999) "Homework and boundary work," *Teletronikk*, 95, 4, pp 39-47.

Yu, L, Sacher, H & Louden, G (2002) "Buddysync: thinking beyond cell phones to create aa third-generation wireless application for U.S. teenagers" i S, Lorente (red), *Juventud y teléfonos móviles*, Madrid

Zhang, Q, Fitzek, H.P, F & Katz, M, (2006) *Evolution of heterogenous wireless networks: cooperative networks*, Proceedings of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006

Öst F, PTS-ER-2005-40, (2005) 'Swedish telecommunications market – half-year report 2005', ('Svensk telemarknad första halvåret 2005'), Sweden Post and Telecommunications agency

Referenser från internet

<http://www.blifonero.nu/>

<http://wimaxxed.com>

www.3gpp.org

www.ericsson.com/technology/tech_articles/3g.shtml

www.ericsson.com/technology/tech_articles/HSPDA.shtml

www.ietf.org

www.itu.int

www.nttdocomo.com

www.openmobilealliance.org

www.snf.se/verksamhet/miljopolitik/3g-fragorochsvar.htm

www.three.co.uk

www.umts-forum.org

www.umtsworld.com/umts/history.htm

www.wcisdata.com